

# Cottage Industries

*Grensverleggend ondernemen  
voor een economisch vitaal en  
leefbaar platteland*



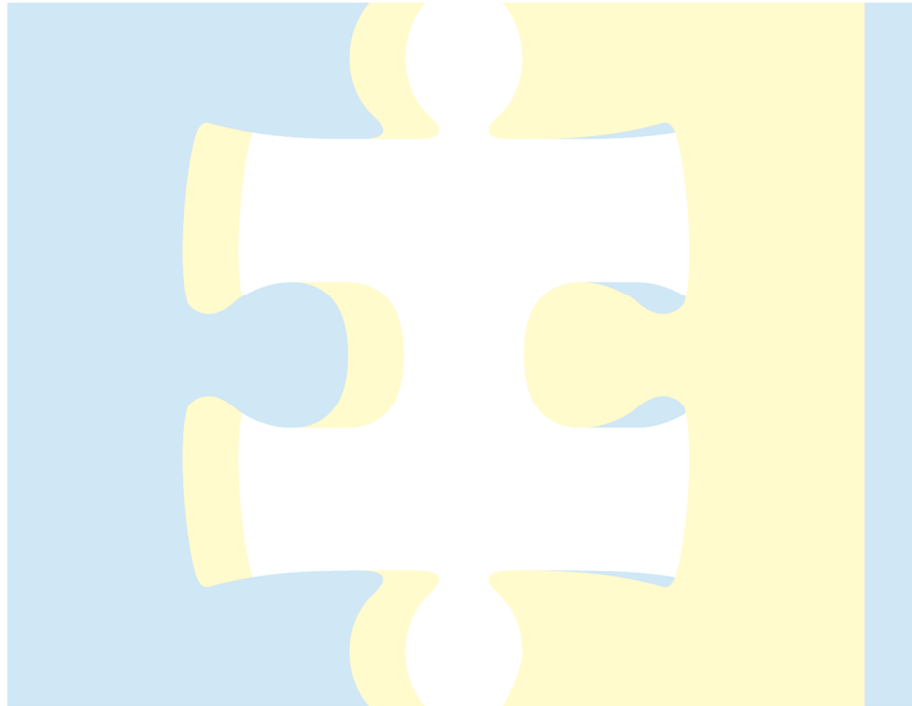
provinsje fryslân  
provincie fryslân



## **Cottage Industries**

*Grensverleggend ondernemen voor  
een economische vitaal en leefbaar  
platteland*

Groningen, maart 2012

**Verantwoording**

Project	Cottage Industries
Opdrachtgever	Kamer van Koophandel Noord-Nederland
Projectleider	Wim Bakker MSc
Projectnummer	1011

**Colofon**

E&E Advies  
Laan Corpus den Hoorn 300  
9728 JT Groningen  
Telefoon (050) 360 44 33  
secretariaat@eeadvies.nl  
[www.eeadvies.nl](http://www.eeadvies.nl)

## Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b>Inleiding .....</b>	<b>4</b>
1.1	Achtergrond .....	4
1.2	Aanleiding en doel onderzoek .....	5
1.3	Leeswijzer .....	6
<b>2</b>	<b>Cottage Industries nader bekeken.....</b>	<b>7</b>
2.1	Inleiding.....	7
2.2	Sociaal-economische betekenis van Cottage Industries.....	8
2.3	Typologie van de bedrijven.....	15
2.4	Typologie van de ondernemer.....	19
2.5	Vestigingsplaatsfactoren.....	21
<b>3</b>	<b>Interventiemogelijkheden voor de stimulering van Cottage Industries .....</b>	<b>23</b>
3.1	Ondersteuningsstrategie.....	23
3.2	Ondersteuning huidige Cottage Industries.....	26
3.3	Stimuleren 'nieuwe' Cottage Industries.....	37
<b>4</b>	<b>Conclusies en aanbevelingen .....</b>	<b>40</b>
4.1	Waarom en hoe steun je Cottage Industries?.....	40
4.2	Concrete aanknopingspunten in Dongeradeel en De Marne.....	42
4.3	Conclusies en aanbevelingen voor andere regio's.....	43
	<b>Bijlagen .....</b>	<b>46</b>

# 1 Inleiding

## 1.1 Achtergrond

De leefbaarheid van plattelandsgebieden in Noord-Nederland staat onder druk. Door verscheidene economische en demografische ontwikkelingen verdwijnen bedrijven en voorzieningen uit de dorpen. Het fenomeen dat voorzieningen verdwijnen is niet nieuw. Al sinds de jaren '60 hebben dorpen te kampen met het verdwijnen van voorzieningen. We weten inmiddels dat dit geen doodsteek hoeft te zijn voor de leefbaarheid van de betreffende dorpen. Ook met minder voorzieningen kan nog een bruisend verenigingsleven en actieve gemeenschap in dorpen bestaan. Cruciaal hiervoor is echter wel dat er 'ondernemende' mensen in de dorpen wonen. Het lokale bedrijfsleven speelt in de meeste gevallen dan ook een belangrijke rol in het ondersteunen van allerhande activiteiten in dorpen die de leefbaarheid versterken.

Sinds een aantal jaren is er tevens sprake van demografische krimp en een sterke vergrijzing op het platteland. Deze ontwikkelingen versterken het proces van verdwijnende voorzieningen en maakt het voor veel ondernemers lastiger om hun bedrijf op het platteland te houden en/of uit te bouwen. Bedrijven hebben in toenemende mate te maken met allerhande problemen van een ijler wordende lokale economie, zoals een afname van het arbeidspotentieel en een afname van het aantal klanten en toeleveranciers in de lokale omgeving. Dit proces is ook zichtbaar in de gemeenten Dongeradeel en De Marne. Beide gemeenten erkennen het belang van bedrijvigheid op het platteland en hebben dan ook de wens uitgesproken om de bedrijvigheid in de dorpen en het buitengebied te behouden.

Er zijn een aantal ontwikkelingen die kansen bieden om bedrijvigheid in de dorpen en het buitengebied te behouden. Hierbij kan onder andere worden gedacht aan de volgende ontwikkelingen:

- De grenzen tussen wonen en werken vervagen in steeds grotere mate en het laatste decennium is er een forse groei van het aantal ZZP'ers zichtbaar. Zelfstandigen die werken en wonen combineren kunnen vrij eenvoudig vanaf het platteland opereren.
- Ten gevolge van de krimp en schaalvergroting komen verschillende panden beschikbaar in de dorpen en het buitengebied. Dit zijn bijvoorbeeld oude schoolgebouwen, winkels of woonhuizen. In het buitengebied betreft het vaak vrijkomende agrarische bebouwing.

Deze panden zijn mogelijk te (her)gebruiken als bedrijfslocatie en/of woon-werklocatie.

- Allerhande ontwikkelingen op het vlak van ICT maken het steeds eenvoudiger om vanuit perifere gebieden te werken (mits er een goede ICT-infrastructuur aanwezig is).

Op bovenstaande ontwikkelingen wordt ingespeeld door het type kleinschalige bedrijvigheid dat ook wel 'Cottage Industries' wordt genoemd. Cottage Industries zijn *kleinschalige bedrijven in perifere gebieden, die desondanks zijn ingeplugd in grensoverschrijdende netwerken*<sup>1</sup>. Doordat de Cottage Industries inspelen op en/of een gevolg zijn van de beschreven ontwikkelingen en hun voornaamste afzetmarkt bovenregionaal hebben, kan men de bedrijven typeren als 'krimpresistent'. Daarmee is dit een geschikte categorie bedrijven om beleidsmatig focus in aan te brengen.

## 1.2 Aanleiding en doel onderzoek

Cottage Industries lijken gezien hun karakteristieken dus een interessante groep bedrijven om beleidsmatig focus in aan te brengen en worden als zodanig reeds herkend. Op dit moment is echter nog weinig bekend over de aard en omvang van deze groep bedrijven in Noord-Nederland en geschikte manieren om hun ontwikkeling te stimuleren.

De Kamer van Koophandel Noord-Nederland, de provincies Fryslân en Groningen en de gemeenten Dongeradeel en De Marne zien kansen in de ontwikkeling en stimulering van Cottage Industries. Daarom zijn zij een gezamenlijk een onderzoek gestart. Het onderzoek kent de volgende doelstellingen:

- In kaart brengen van de huidige sociaal-economische betekenis en mogelijk toekomstige betekenis van Cottage Industries.
- In kaart brengen van de kenmerken van Cottage Industries
- Inventarisatie van de mogelijkheden om dit type bedrijven (beleidsmatig) te ondersteunen en stimuleren.
- Aanknopingspunten bieden voor uitvoeringsacties ter ondersteuning van Cottage Industries.

Voorliggend rapport is het verslag van het onderzoek en geeft invulling aan de doelstellingen.

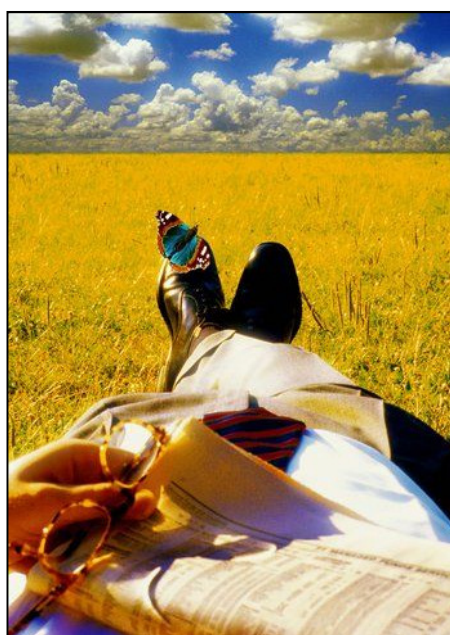
---

<sup>1</sup> Definitie volgens Prof. dr. P. P. Tordoir in Noorderlicht – Ruimtelijk Economisch Toekomstperspectief voor Noord Nederland (januari 2010).

Het onderzoek is uitgevoerd in de gemeenten Dongeradeel en De Marne, maar dient eveneens als pilot voor andere krimpregio's in Noord-Nederland. Het project is mede daarom ook deels gefinancierd door de Provincie Fryslân en de Provincie Groningen. De uitkomsten van het onderzoek moeten te vertalen zijn naar andere (krimp)regio's in Noord-Nederland.

### **1.3 Leeswijzer**

Dit rapport bestaat uit 4 hoofdstukken. In hoofdstuk 1 staat de inleiding, hierin is de aanleiding en het doel van dit onderzoek beschreven. In het tweede hoofdstuk wordt allereerst ingegaan op de sociaaleconomische betekenis van Cottage Industries voor de lokale economie en gemeenschap. Vervolgens worden de belangrijkste kenmerken van Cottage Industries beschreven. Deze kenmerken zijn onder te verdelen in kenmerken van het bedrijf en kenmerken van de ondernemers. In hoofdstuk 3 staan interventiemogelijkheden centraal die kunnen bijdragen aan een verdere ontwikkeling van Cottage Industries. Aan de hand van de kenmerken van Cottage Industries en problemen die door de ondernemers worden ondervonden zijn concrete interventiemogelijkheden opgesteld om bestaande Cottage Industries zo optimaal mogelijk te faciliteren en tevens nieuwe Cottage Industries aan te kunnen trekken. Tot slot worden in het laatste hoofdstuk concrete aanknopingspunten voor maatregelen in Dongeradeel en De Marne gegeven en zijn conclusies en aanbevelingen voor andere regio's opgenomen.



## 2 Cottage Industries nader bekeken

### 2.1 Inleiding

In het kader van een door Van Werven begeleidt afstudeeronderzoek<sup>2</sup> is in 2010 een eerste verkenning uitgevoerd naar de kenmerken van Cottage Industries en hun sociaal-economische betekenis. Zo is op basis van een tiental case-studies en literatuuronderzoek een eerste profiel bepaald. Tot op heden was nog niet duidelijk wat het aandeel is van Cottage Industries in de lokale economie en de bijdrage die deze bedrijven leveren aan een vitaal en leefbaar platteland. Verder zijn nooit op grotere schaal het profiel van deze bedrijven en ondernemers in beeld gebracht. In dit hoofdstuk zullen deze zaken nader worden beschreven<sup>3</sup>. Achtereenvolgens wordt ingegaan op:

- de sociaal-economische betekenis van Cottage Industries;
- de typologie van de bedrijven;
- de typologie van de ondernemers;
- bepalende vestigingsplaatsfactoren.

Voordat dieper in kan worden gegaan op de karakteristieken van Cottage Industries, is het belangrijk de definitie van de term te kennen zoals die is gehanteerd in het onderzoek. De term Cottage Industries is voor dit onderzoek geoperationaliseerd<sup>4</sup> als bedrijven die:

- minder dan 10 werknemers hebben;
- gelegen zijn in kernen met minder dan 5.000 inwoners en het buitengebied;
- meer dan 50% van hun omzet van buiten de regio (gemeente en aangrenzende gemeenten) halen.



<sup>2</sup> Pouwel, M (2010) 'Cottage Industries' een kans voor het platteland

<sup>3</sup> De beschrijvingen in dit hoofdstuk zijn grotendeels gebaseerd op een telefonische enquête die is uitgevoerd onder een grote groep ondernemers in Dongeradeel en De Marne die vooraf zijn geïdentificeerd als potentieel Cottage Industrie. Meer informatie over de selectiecriteria, statistische verantwoording van de enquête en de enquêtevragen is te vinden in de bijlagen.

<sup>4</sup> Meer over deze operationalisering van de definitie is te vinden in bijlage B1



## 2.2 Sociaal-economische betekenis van Cottage Industries

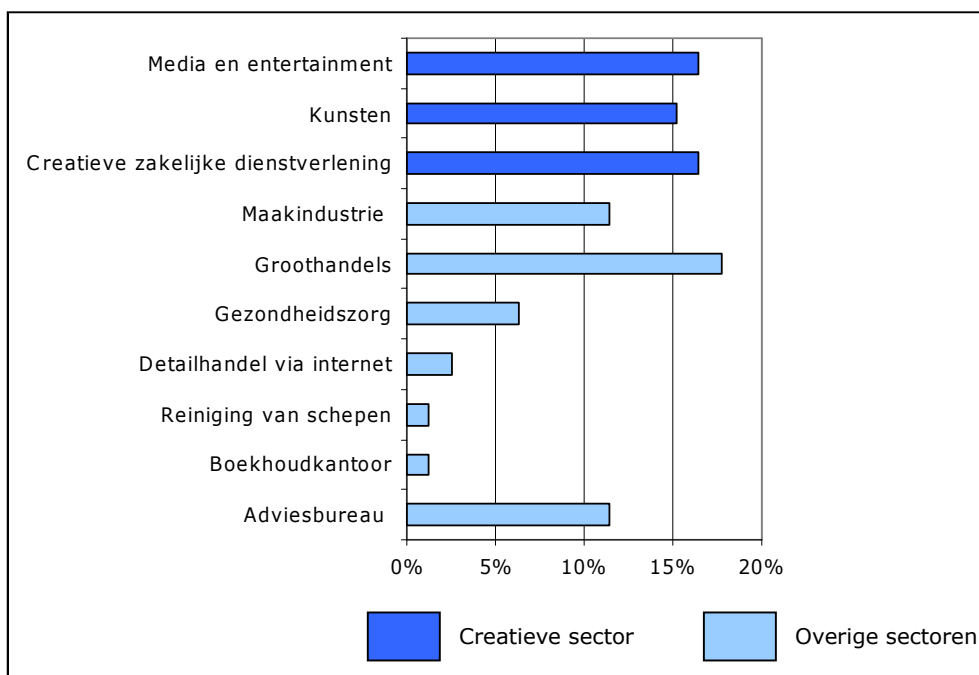
Bij het bepalen van de sociaal-economische betekenis van Cottage Industries dient in ieder geval oog te zijn voor de bijdrage aan een leefbare omgeving en de mate waarin wordt bijgedragen aan de economie. In deze paragraaf schetsen we een beeld van de bijdrage op deze terreinen door de beschrijving van een aantal sleutelindicatoren, te weten:

- o het aantal bedrijven en hun aandeel in de totale lokale bedrijvigheid;
- o het aantal werknemers en hun aandeel in de totale lokale werkgelegenheid;
- o ontwikkeling van het aantal bedrijven en de werkgelegenheid sinds 2000;
- o groeiverwachtingen van de ondernemers;
- o betrokkenheid bij de lokale gemeenschap.

### 2.2.1 Type bedrijvigheid

Wanneer we de sociaal-economische betekenis van Cottage Industries willen duiden, is het goed om te weten welk type bedrijvigheid tot de Cottage Industries behoort. In paragraaf 2.1 is de term reeds geoperationaliseerd, echter hieruit ontstaat nog niet een goed beeld van het type bedrijvigheid. In de onderstaande figuur is te zien in welke sectoren Cottage Industries in Dongeradeel en De Marne actief zijn. Vooral de creatieve sector blijkt sterk vertegenwoordigd te zijn. In paragraaf 2.3 zal het type bedrijvigheid nader worden bekeken.

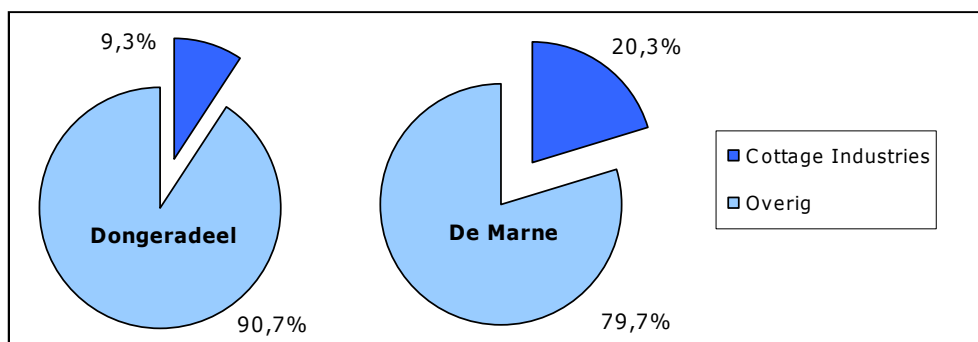
**Figuur 2.1: Type bedrijvigheid**



### 2.2.1 Bedrijvigheid

Het aandeel Cottage Industries t.o.v. het totaal aantal vestigingen is in beide gemeenten verschillend. De Marne is een gemeente zonder kern met meer dan 5.000 inwoners, terwijl Dongeradeel met Dokkum wel een plaats met meer dan 5.000 inwoners binnen haar gemeente heeft. Bedrijven in Dokkum vallen niet onder de definitie van Cottage Industries. Hierdoor is het aandeel Cottage Industries t.o.v. het totaal aantal vestigingen in Dongeradeel beduidend lager dan in De Marne (Figuur 2.2). In Dongeradeel zijn 166 bedrijven die tot de Cottage Industries behoren, terwijl er in totaal 1.790 vestigingen zijn in de gemeente. In De Marne behoren 181 bedrijven tot de Cottage Industries, in totaal zijn er 891 vestigingen in de Marne.<sup>5</sup>

**Figuur 2.2: Aantal Cottage Industries t.o.v. totaal aantal vestigingen (2010)**



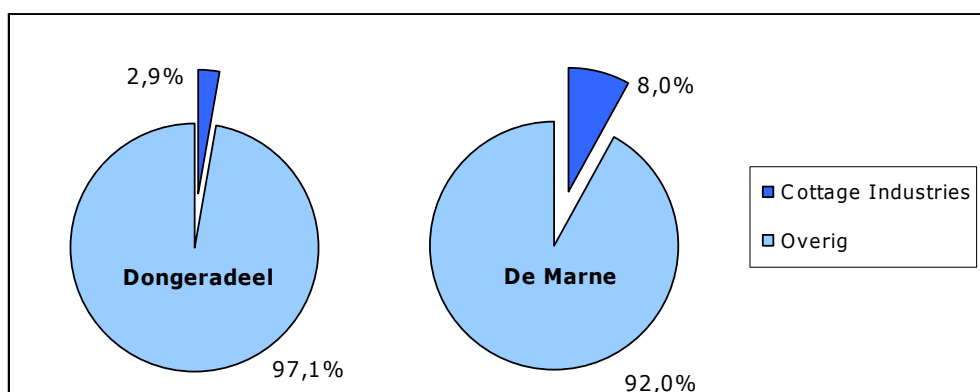
### 2.2.2 Werkgelegenheid

Het aantal werkzame personen bij Cottage Industries ligt laag. Bij de Cottage Industries in Dongeradeel werken gemiddeld 1,4 personen per bedrijf. In De Marne ligt het gemiddelde iets hoger (1,6). De gemiddelde werkgelegenheid per vestiging ligt in beide gemeenten beduidend hoger; 4,4 in Dongeradeel en 3,9 in De Marne. Hierdoor is de economische omvang van Cottage Industries gemeten in werkgelegenheid kleiner dan voor het aandeel bedrijven het geval is. In Dongeradeel zijn 227 personen werkzaam bij Cottage Industries, in De Marne zijn dit er 281.

In Dongeradeel wordt 2,9% van de totale werkgelegenheid door Cottage Industries gecreëerd. Dit komt vooral omdat Dokkum niet als platteland wordt meegerekend en daardoor ook niet in de werkgelegenheidscijfers van Cottage Industries zit. In De Marne ligt geen plaats met een dergelijke omvang. Dit vertaalt zich in een aanzienlijk grotere omvang van Cottage Industries in de totale werkgelegenheid (8%).

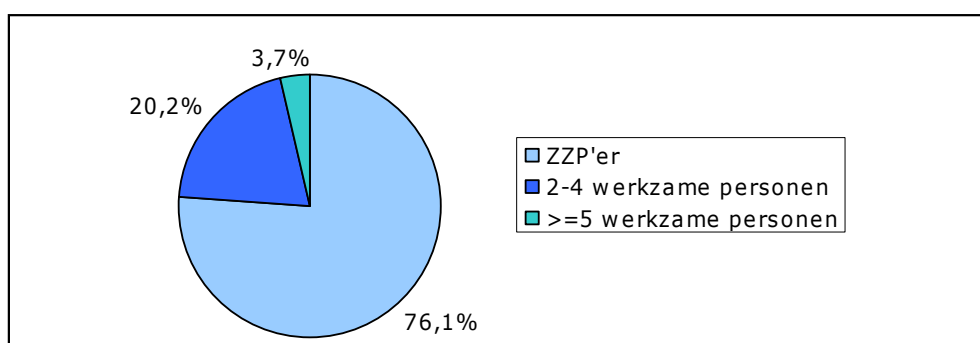
<sup>5</sup> Zie bijlage: Onderzoeksverantwoording

**Figuur 2.3: Werkgelegenheid Cottage Industries t.o.v. totale werkgelegenheid (2010)**



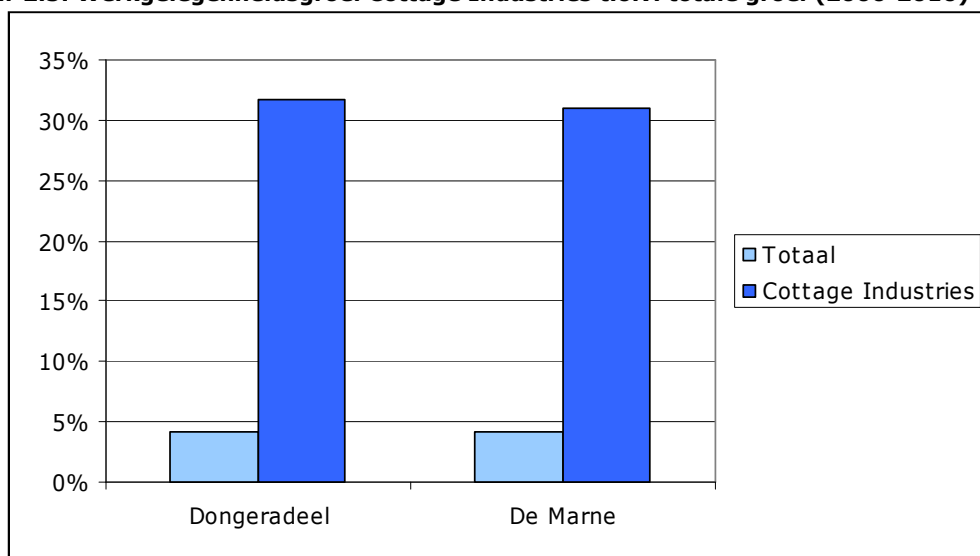
Het geringe aantal arbeidsplaatsen per bedrijf wordt veroorzaakt door het hoge aantal ZZP'ers onder Cottage Industries. Ruim driekwart van de ondernemers is ZZP'er. Bovendien heeft slechts 4% van de Cottage Industries vijf of meer werkzame personen (figuur 2.4).

**Figuur 2.4: Omvang Cottage Industries**



### 2.2.3 Ontwikkeling aantal bedrijven en werkgelegenheid sinds 2000

Hoewel er een groot verschil zit in gewicht van Cottage Industries in de totale werkgelegenheid tussen Dongeradeel en De Marne, komt de ontwikkeling van het aantal bedrijven en de werkgelegenheid sinds 2000 wel sterk overeen. In beide gemeenten is vooral het aantal vestigingen van Cottage Industries explosief gestegen, in Dongeradeel met 83% en in De Marne met 57%. Deze groei heeft er voor gezorgd dat ook de werkgelegenheid bij Cottage Industries sterk is toegenomen, veel sterker dan de groei van de totale werkgelegenheid in beide gemeenten (figuur 2.5).

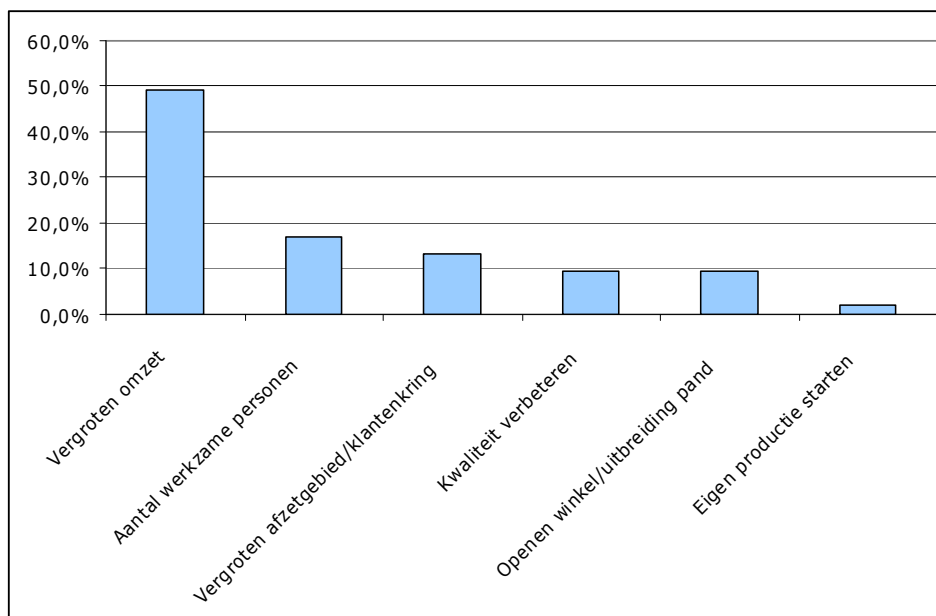
**Figuur 2.5: Werkgelegenheidsgroei Cottage Industries t.o.v. totale groei (2000-2010)**

In zowel Dongeradeel als De Marne is de totale werkgelegenheid sinds 2000 met 4,2% gegroeid, terwijl de werkgelegenheidsgroei veroorzaakt door Cottage Industries veel hoger ligt. In Dongeradeel is deze werkgelegenheid met 31,7% gegroeid en in De Marne met 31,0%.

In Dongeradeel zijn Cottage Industries verantwoordelijk voor 13,3% van de totale werkgelegenheidsgroei. In de Marne ligt dit aandeel zelfs op 46,7%.

### **2.2.3 Groeiverwachtingen van ondernemers**

Naast de huidige bijdrage aan de lokale economie in termen van aantallen bedrijven en werkzame personen is het ook nuttig om inzicht te hebben in de groei die mag worden verwacht van de Cottage Industries. In de enquête is de ondernemers daarom gevraagd naar hun groeiambities. Iets meer dan de helft van de ondernemers (50,6%) gaf aan groeiambities te hebben. Bovendien is hen gevraagd op welk vlak men dan zou willen groeien.

**Figuur 2.6: Groeiambities**

Ongeveer de helft van de ondernemers ziet de groei met name in termen van vergroting van de omzet. De andere helft denkt aan zaken als vergroten van het afzetgebied en de klantenkring, kwaliteitsverbetering, het openen van een winkel, uitbreiding van het pand of de start van eigen productie. Zaken die naar alle waarschijnlijkheid ook bij zullen dragen aan het vergroten van de omzet.

Slechts 18% (lees 9% van alle ondernemers) van de ondernemers met groeiambities ziet dit in termen van een groei van het aantal werkzame personen. Iets wat gezien het hoge aandeel ZZP'ers niet geheel opmerkelijk is. ZZP'ers kiezen er over het algemeen bewust voor om geen personeel te hebben en zoeken eerder naar samenwerking met andere ondernemers, dan naar nieuw personeel. Van de aanwezige Cottage Industries mag, afgaand op de ambities van de ondernemers, dus geen grote bijdrage aan de ontwikkeling van de werkgelegenheid worden verwacht. Desalniettemin is het niet ondenkbaar dat de ondernemers die succesvol weten in te zetten op een vergroting van de omzet hier uiteindelijk ook extra personeel bij nodig zullen hebben. Bovendien kan het overleven van Cottage Industries door een gezonde ontwikkeling van omzet en winst in combinatie met een aanwas van nieuwe Cottage Industries alsnog leiden tot een groei van de lokale werkgelegenheid door een groei van het aantal bedrijven.

### 2.2.4 Betrokkenheid bij lokale gemeenschap

Naast de waarde die Cottage Industries hebben voor de lokale economie, heeft dit type bedrijven ook een sociale waarde. Deze kan afgemeten worden aan de betrokkenheid bij de lokale gemeenschap. Zoals in hoofdstuk 1 al is aangegeven zijn een vitaal dorpsleven met georganiseerd verenigingsleven en sociale cohesie belangrijke bepalende factoren voor een leefbaar platteland. De aanname is dat stimulering van Cottage Industries goed is, omdat de ondernemers een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan het dorpsleven. In de gehouden enquête is ondernemers daarom gevraagd naar hun betrokkenheid bij de lokale gemeenschap.

Een ruime meerderheid van de Cottage Industry ondernemers is actief betrokken bij activiteiten en/of organisaties in de lokale gemeenschap. Dit is vooral het geval in De Marne, waar 70% van de ondernemers actief is in de lokale gemeenschap. In Dongeradeel ligt dit percentage iets lager, maar ook hier zijn 6 van de 10 ondernemers actief in de lokale gemeenschap. Het grootste deel van de ondernemers is betrokken bij de lokale gemeenschap vanuit bestuursfuncties. Hierbij valt te denken aan dorpsbelangen, kerken, scholen en sportverenigingen. Tabel 2.1 geeft een overzicht van de manieren waarop de ondernemers in Dongeradeel en De Marne lokaal betrokken zijn. Het aantal ondernemers dat aan sponsoring doet is laag. Dit is wellicht toch meer het domein van het middelgrote MKB. De betrokkenheid van de Cottage Industrie ondernemers uit zich vooral in inzet van de eigen persoon; het idee van de ondernemende dorpsbewoners, die het dorp leefbaar houden.

**Tabel 2.1: Betrokkenheid in lokale gemeenschap**

Functie/activiteit	Aantal keer genoemd (%)
Bestuursfunctie	59.2%
Actief in lokale kunstenaarsgroep	8.2%
Politiek	4.1%
Lokale kranten/bladen	4.1%
Bij organisatie evenementen	4.1%
Sponsoring	2.0%
Niet-gespecificeerd vrijwilligerswerk	16.2%



### **2.2.5 De sociaal-economische betekenis in breder perspectief**

Een sociaal leefbare samenleving en vitaliteit van de economie zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Leefbaarheid is lastig te waarborgen zonder vitale economie en een economie is lastig vitaal te houden in een weinig leefbare samenleving. De relatie tussen economie en leefomgeving houdt niet op bij de grenzen van de krimpgebieden. Deze relatie moet op Noordelijke schaal worden gezien in termen van zogenaamde 'daily-living systems'. De dagelijkse actieradius van inwoners met betrekking tot wonen, werken, winkelen en ontspannen is meestal veel groter dan de krimpregio.

Op de schaal van Noord-Nederland praten we in economisch opzicht niet in termen van krimp. Er wordt vol ingezet op de creatie van werkgelegenheid en economische groei rond een aantal sterke clusters en topsectoren. Hoewel er momenteel sprake is van economische laagconjunctuur en de grootste krimp van de beroepsbevolking nog moet beginnen, worden we nu binnen onze clusters en topsectoren reeds geconfronteerd met moeilijk vervulbare vacatures en een tekort aan geschikte arbeidskrachten. In de komende tien jaar zal daarom steeds meer 'een slag om de werknemer' plaats gaan vinden. Hoewel de meerderheid van de bevolking momenteel in de stad wil wonen, geldt dit niet voor iedereen. Er is nog altijd een aanzienlijke groep mensen die de voorkeur geeft aan de rust en ruimte van het platteland: het woonmilieu van de Noordelijke krimpgebieden. Dit maakt dat het voor de economische kracht van groeiregio's ook van belang is dat de krimpgebieden leefbaar blijven.

Cottage Industry ondernemers kunnen met hun ondernemende mentaliteit, actieve bijdrage aan het dorpsleven, ervaringen en contacten ver buiten de eigen regio een nieuw elan aan de krimpregio geven en helpen de sociale cohesie te versterken. Hiermee dragen zij niet alleen bij aan een verbetering van het woon- en vestigingsklimaat in de krimpregio, maar tevens aan die in het hele Noorden.

### **2.2.6 Conclusie**

Op basis van het voorgaande kan worden gesteld dat afgaand op kwantitatieve gegevens als de bedrijfsomvang en de totale werkgelegenheid die samenhangt met de Cottage Industries, de economische waarde van Cottage Industries niet onderschat moet worden. Een relatief groot gedeelte van de vestigingen in zowel Dongeradeel als De Marne behoort tot de Cottage Industries. Bovendien creëren Cottage Industries 8% van de totale werkgelegenheid in De

Marne. De economische waarde is echter vooral zichtbaar in de groei van Cottage Industries t.o.v. het jaar 2000. Het aantal vestigingen is in Dongeradeel en De Marne gezamenlijk met 68% toegenomen. Hiernaast is de door Cottage Industries gecreëerde werkgelegenheid met ruim 31% toegenomen. Hierdoor hebben Cottage Industries een belangrijke bijdrage geleverd aan de werkgelegenheidsontwikkeling in beide gemeenten. Bovendien heeft de helft van huidige Cottage Industries groeiambities en denkt 93% van deze groep dat deze groeiambities op het platteland zijn te verwezenlijken.

Naast de economische waarde hebben Cottage Industries ook een grote sociale waarde voor de lokale gemeenschap. Tweederde van de ondernemers is namelijk actief in het lokale verenigingsleven of bij de organisatie van activiteiten. Dit maakt hen van groot belang voor de leefbaarheid in de dorpen en daarmee het vestigingsklimaat van het hele Noorden.

## **2.3 Typologie van de bedrijven**

In de vorige paragraaf is beargumenteerd dat Cottage Industries van niet te onderschatten betekenis zijn voor krimpregio's. Het is daarom belangrijk om deze groep ondernemers in de gemeente te hebben en waar nodig te faciliteren en ondersteunen, zodat ze voor de gemeente behouden blijven. Om de goede randvoorwaarden te kunnen bieden, is het essentieel om de belangrijkste kenmerken van dit type bedrijvigheid te kennen. Dit hoofdstuk gaat dieper in op de belangrijkste kenmerken van Cottage Industries te weten:

- Type bedrijvigheid (sectoren en branches)
- Klanten
- Afzetkanalen
- Samenwerking met andere partijen
- Data van vestiging en/of oprichting
- Type bedrijvigheid

### **2.2.1 Creatieve sector**

In figuur 2.1 is reeds een overzicht gegeven welke typen bedrijvigheid vertegenwoordigd zijn onder de Cottage Industries. Bijna de helft van de bedrijven is actief in de creatieve sector, deze groep bedrijven is daarom een interessante doelgroep om dieper op in te gaan. Binnen de creatieve sector is onderscheidt gemaakt tussen drie typen bedrijven<sup>6</sup>; creatieve zakelijke dienstverleners, media en entertainment en kunstenaars. De

---

<sup>6</sup> Indeling Ministerie van EL&I



drie typen zijn nagenoeg even groot in beide gemeenten. Tot de creatieve zakelijke dienstverlening behoren bedrijven die zich bezighouden met (grafisch) ontwerp, zoals reclamebureaus, (landschaps)architecten en interieurontwerp. Er is eveneens een aantal bedrijven actief in websitedesign. In de media en entertainment bevinden zich tekstschrijvers, journalisten, vertaalbureaus en bedrijven die actief zijn in de film-, radio- en televisie-industrie. Tot de kunstenaars rekenen we bedrijven die zich bezighouden met het maken schilderijen en/of beeldende kunst.

De grote groep bedrijven in de creatieve sector is deels te verklaren uit de landschappelijke kenmerken van het gebied. Uit de enquête en gevoerde gesprekken kwam meermaals naar voren dat de creatieveling getrokken worden door de weidsheid van het landschap, de kenmerkende lichten en de kenmerkende natuur van het Waddengebied, die hun inspireren. Reeds sinds de jaren '60 van de vorige eeuw trekken kunstenaars al naar dit gebied.

Ondanks de aantrekkingskracht van specifieke kenmerken van de regio op creatievelingen, sluit dit niet uit dat de creatieve sector in andere krimpregio's ook goed vertegenwoordigd is. De sector is over het algemeen footloose, voor de producten en/of diensten die ze leveren is nabijheid van de afzetmarkt niet per definitie noodzakelijk; wat maakt dat veel bedrijven in deze sector als Cottage Industries te typeren zijn en goed in krimpgebieden kunnen gedijen.

Een interessant gegeven is, dat aan de creatieve sector, in navolging van onderzoek van Richard Florida<sup>7</sup>, in veel stedelijke milieus een hoge waarde wordt toegedicht. De creatieve klasse is volgens Florida een bron van innovatie en een motor achter het opleven van verpauperende stadsdelen. Sinds het verschijnen van het onderzoek van Florida zien we dat veel Nederlandse steden hun aantrekkelijkheid voor deze sector proberen te vergroten en ontstaan op vele plekken zogenaamde 'broedplaatsen'. Het is niet ondenkbaar dat een inzet op de creatieve klasse ook in krimpgebieden kan leiden tot een opleving van dorpen. Daarnaast kan de creatieve klasse een bijdrage leveren aan het toeristisch product van de regio. Creatieve dorpen en vrijplaatsen op het platteland als evenknie van de 'hippe' stadswijken.

---

<sup>7</sup> Florida, R (2002), The Rise of the Creative Class

### **Overige sectoren**

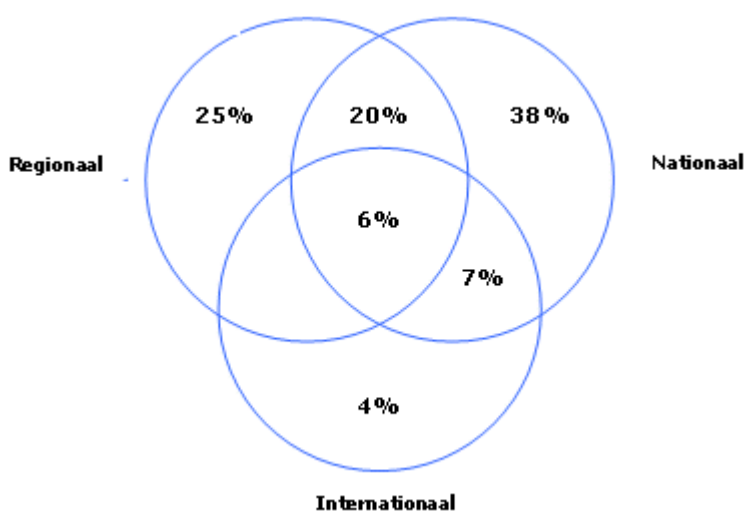
Een ander type bedrijvigheid dat sterk vertegenwoordigd is, zijn groothandels. De producten die zij leveren zijn per bedrijf verschillend. Wanneer gekeken wordt naar het belangrijkste afzetkanaal, dan blijkt dat dit voor ongeveer de helft van de bedrijven het internet is. Dit type bedrijven kent daardoor sterke overeenkomsten met de aanwezige webwinkels in het gebied.

Ruim 11% van de Cottage Industries zijn adviesbureaus, deze bedrijven zijn voor hun afzet nauwelijks afhankelijk van het internet, maar opereren voornamelijk op basis van face-to-face contact. Het gaat voornamelijk om ondernemers die hiervoor al meerdere jaren in loondienst hebben gewerkt en zodoende al een klantennetwerk hebben opgebouwd. De laatste grote groep bedrijven is actief in de maakindustrie. Een deel van dit type bedrijven vervaardigt scheepsgelateerde producten en bij de andere bedrijven is de productie zeer divers.

### **Klanten**

Het belangrijkste kenmerk waardoor Cottage Industries weinig last hebben van een krimpende lokale afzetmarkt is het feit dat de omzet voornamelijk bovenlokaal wordt gegenereerd. Alle deelnemers aan de enquête genereren hun omzet voor het grootste deel bovenlokaal (buiten de eigen en aangrenzende gemeenten). Hen is gevraagd naar de belangrijkste afzetmarkt; regionaal (lees Noord-Nederland), nationaal of internationaal. De uitkomsten zijn afgebeeld in de onderstaande figuur.

**Figuur 2.7: Belangrijkste afzetmarkt Cottage Industries**



Niet voor iedereen was duidelijk de belangrijkste afzetmarkt aan te geven. Het merendeel van de Cottage Industries heeft klanten op meerdere schaalniveaus (bv. zowel regionaal als nationaal), waardoor er overlap in de figuur te zien is tussen de verschillende niveaus. De belangrijkste afzetmarkt voor Cottage Industries in De Marne en Dongeradeel is het nationale schaalniveau (71%). Eveneens een grote groep respondenten (51%) gaf aan dat klanten zich voornamelijk in de regio bevonden. De helft van deze groep heeft enkel regionale klanten, de andere helft heeft naast regionale klanten ook (inter)nationale klanten. De Cottage Industries die internationale klanten hebben is het kleinst, 17% heeft internationale klanten. 4% van alle respondenten richt zich enkel op internationale klanten. Bedrijven die een (deels) internationale afzetmarkt hebben behoren voor de helft tot de creatieve sector, 2 groothandels, een adviesbureau en een bedrijf in de maakindustrie.

#### ***Belangrijkste afzetkanaal***

Voor veruit het grootste gedeelte van de Cottage Industries in Dongeradeel en De Marne blijven fysieke ontmoetingen met klanten belangrijk om zaken te doen. Driekwart van de ondernemers geeft aan dat face-to-face contact het belangrijkste afzetkanaal is voor het bedrijf. Een kwart van de deze groep heeft voornamelijk face-to-face contact op het eigen bedrijf, terwijl driekwart voornamelijk contact heeft met klanten bij de klant op locatie.

Voor 23% van de bedrijven is internet het belangrijkste afzetkanaal. Het merendeel van deze bedrijven heeft een overwegend nationale afzetmarkt (54%), gevolgd door bedrijven met een regionale (29%) en internationale afzetmarkt (17%).

Het gebruik van internet hangt sterk samen met het type bedrijvigheid. Binnen de groep Cottage Industries komt één type bedrijvigheid duidelijk naar voren. Bijna de helft van alle groothandels gebruikt het internet als belangrijkste afzetkanaal. Bedrijven die eigen producten produceren maken nauwelijks gebruik van internet als afzetkanaal. Een andere groep bedrijven die ondervetegenwoordigd is, zijn de adviesbureaus. Slechts één van de acht adviesbureaus gebruikt het internet als belangrijkste afzetkanaal. Het gebruik van internet verschilt dus sterk per type bedrijvigheid.

#### ***Samenwerking met andere partijen***

Het merendeel van de Cottage Industries geeft aan dat ze momenteel niet samenwerken met andere partijen (56%) en voornamelijk solitair opereren. Cottage Industries die wel samenwerken doen dat

hoofdzakelijk met andere ondernemers (79%). Voornamelijk kunstenaars werken met elkaar samen, waarbij in De Marne specifiek de aanwezige kunstenaarsroute (Route 99) werd genoemd als samenwerkingsverband. Met de overheid wordt nauwelijks samengewerkt, slechts 5% van de ondernemers zegt actief samen te werken met de gemeente. Een even grote groep werkt samen met de Kamer van Koophandel.

## 2.4 Typologie van de ondernemer

In de vorige paragraaf zijn de voornaamste bedrijfskenmerken van Cottage Industries besproken. Deze paragraaf zal dieper ingaan op het type ondernemer. Dit is vooral belangrijk om te bepalen wie de doelgroep is waar beleid voor moet worden gemaakt. Het is tevens relevant vanwege de marketing. Wanneer er duidelijke profielen zijn van de doelgroep, kan marketing hier op worden afgestemd.

Achtereenvolgens zal worden ingegaan op:

- leeftijd en opleidingsniveau;
- roots;
- relatie tussen plaats waar men is opgegroeid en leeftijd;
- relatie tussen waar men is opgegroeid en opleidingsniveau;
- eerdere werkervaring.

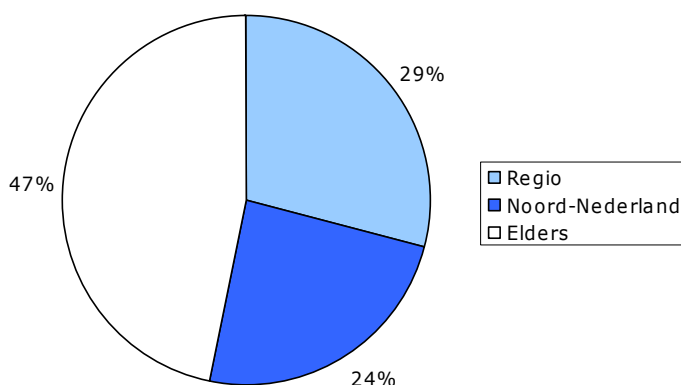
### ***Leeftijd en opleidingsniveau***

In de enquête is onderscheid gemaakt tussen drie leeftijdsniveaus: jonger dan 30 jaar, tussen de 30 en 50 jaar en ouder dan 50 jaar. Geen van de geënquêteerde ondernemers was jonger dan 30 jaar. Verder zijn er grote verschillen tussen de leeftijd van ondernemers in Dongeradeel en De Marne. In Dongeradeel is 56% van de ondernemers tussen de 30 en de 50 jaar en in De Marne is dit slechts 28%. Bijna driekwart van de Cottage Industry ondernemers in De Marne is dus ouder dan 50.

Voor wat betreft het opleidingsniveau van Cottage Industries zijn er nauwelijks verschillen tussen beide gemeenten waarneembaar. Het grootste deel van de ondernemers is hoog opgeleid (61%) of middelbaar opgeleid (34%), slechts 5% van de ondernemers is lager opgeleid. De oudere ondernemers zijn over het algemeen hoger opgeleid dan de jongere ondernemers. Dit is vooral het geval in Dongeradeel waarvan de ondernemers jonger dan 50 jaar 46% hoger opgeleid is, terwijl dit voor de ondernemers ouder dan 50 jaar 79% is.

**Roots in de regio?**

Bijna driekwart van alle ondernemers is buiten de eigen gemeente of aangrenzende gemeenten opgegroeid. Terwijl bijna de helft van alle ondernemers de 'roots' buiten Noord-Nederland hebben liggen. Slechts één op de drie ondernemers is in Dongeradeel of De Marne of een aangrenzende gemeente opgegroeid (figuur 2.8).

**Figuur 2.8: Waar zijn de ondernemers opgegroeid?**

Opvallend zijn de verschillen op dit vlak tussen Dongeradeel en De Marne. Waar in Dongeradeel 40% van alle ondernemers in de regio is opgegroeid, is dit in De Marne slechts 17%. Het aantal ondernemers dat opgegroeid is buiten Noord-Nederland ligt nagenoeg hetzelfde in beide gemeenten. Dit betekent dat het aantal ondernemers dat in Noord-Nederland geboren is, maar niet in de regio, in Dongeradeel beduidend lager ligt (slechts 12% in Dongeradeel). Er zijn geen aantoonbare oorzaken voor dit verschil.

**Relatie tussen plaats waar men is opgegroeid en leeftijd**

Wanneer gekeken wordt naar de relatie tussen de leeftijd van de ondernemers en waar men is opgegroeid, blijkt dat de ondernemers die van elders zijn gekomen naar Dongeradeel en De Marne over het algemeen oudere ondernemers (50+) zijn. Deze trend is zowel in Dongeradeel als De Marne waar te nemen. Van de ondernemers jonger dan 50 jaar is 35% elders opgegroeid, terwijl van de ondernemers boven de 50 jaar 56% elders is opgegroeid. Deze ondernemers hebben veelal elders in het land werkervaring opgedaan en zijn vooral vanwege de rust, ruimte en fysieke kwaliteiten van de leefomgeving naar het Noorden verhuisd en zijn daar een eigen onderneming gestart.

**Relatie tussen waar men is opgegroeid en opleidingsniveau**

Er blijkt een duidelijk verband te zijn tussen het opleidingsniveau van de Cottage Industry ondernemers en de locatie waar men is opgegroeid. Ondernemers die van buiten Noord-Nederland naar Dongeradeel of De Marne zijn gekomen, zijn merendeels hoogopgeleid. Voor hen die in de regio en Noord-Nederland zijn opgegroeid geldt het tegenovergestelde; zij zijn voor het merendeel middelbaar en lager opgeleid. Van de lager opgeleiden komt niemand van buiten Noord-Nederland, terwijl de meerderheid uit de regio komt. Zie voor deze relaties ook tabel 2.2.

**Tabel 2.2: Relatie tussen waar men is opgegroeid en opleidingsniveau**

		Waar is de ondernemer opgegroeid		
		Regio	N-NL	Buiten N-NL
Opleidingsniveau	LBO	3.8%	1.3%	0%
	MBO	15.2%	11.4%	11.4%
	HBO/WO	0%	7.6%	39.2%

Hetgeen hiervoor is beschreven betekent dat het vooral oudere, hoogopgeleide mensen zijn die in Dongeradeel en De Marne een onderneming beginnen. Beide gemeenten kampen met het probleem dat veel jonge, hoge opgeleide mensen uit het gebied wegtrekken. Hier tegenover staat dus de aanwas van oudere hoogopgeleide ondernemers die elders zijn opgegroeid.

**Eerdere werkervaring**

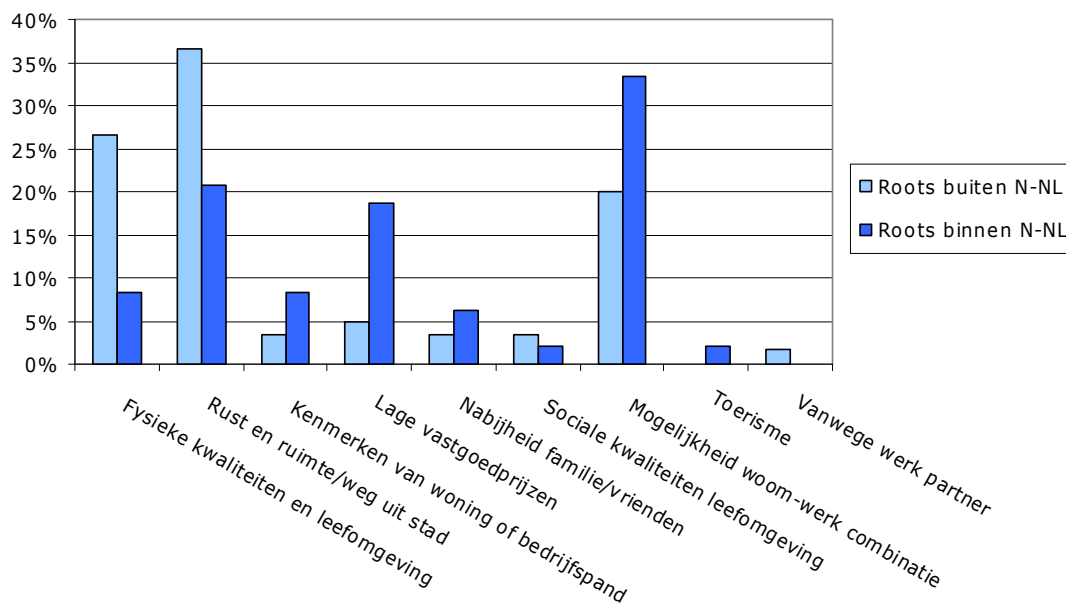
De meeste ondernemers hebben eerder werkervaring opgedaan voor ze zijn gestart met een eigen onderneming. Ongeveer de helft (51%) van de ondernemers had tussen de 0 en 15 jaar werkervaring en 35% had al meer dan 15 jaar werkervaring. Slechts 14% is gestart met een eigen onderneming zonder eerdere werkervaring. Dit beeld past in het plaatje van de oudere ondernemer en het ontbreken van de groep ondernemers onder de 30 jaar binnen de Cottage Industries.

**2.5 Vestigingsplaatsfactoren**

Tot slot besteden we in dit hoofdstuk aandacht aan de vestigingsplaatsfactoren van Cottage Industries. De assumptie (onder meer op basis van de eerder uitgevoerde verkenning middels case studies) is dat men kiest voor landelijke gebieden op grond van de kwaliteit van de leefomgeving en dat de aanwezigheid van voorzieningen geen grote rol speelt. De vraag is of dit beeld in dit onderzoek overeind blijft. Uit de enquête blijkt dat er een duidelijk verschil bestaat in de belangrijkste vestigingsplaatsfactoren tussen

ondernemers met hun roots buiten Noord-Nederland en zij die zijn opgegroeid in het Noorden. Dit is te zien in de onderstaande figuur.

**Figuur 2.9: Vestigingsplaatsfactoren**



Voor ondernemers met roots buiten Noord-Nederland ligt de focus vooral op de omgeving. De rust en ruimte en andere fysieke kwaliteiten van de leefomgeving worden door deze groep als belangrijkste vestigingsplaatsfactoren aangegeven. Beide factoren worden door ondernemers met roots binnen Noord-Nederland veel minder vaak genoemd.

Voor de ondernemers die zijn opgegroeid in Noord-Nederland ligt de voornaamste focus op het pand. Voor een derde van de ondernemers is de mogelijkheid om wonen en werken te combineren de voornaamste reden van vestiging in Dongeradeel of De Marne, terwijl dit door 20% van de ondernemers opgegroeid buiten Noord-Nederland werd genoemd. Bovendien noemt 20% van deze groep de lage vastgoedprijzen als belangrijkste vestigingsredenen, terwijl dit bij slechts 5% van de ondernemers van buiten Noord-Nederland een rol speelde.



## **3 Interventiemogelijkheden voor de stimulering van Cottage Industries**

### **3.1 Ondersteuningsstrategie**

Uit het vorige hoofdstuk is gebleken dat Cottage Industries een grote sociaal-economische betekenis hebben voor Dongeradeel en De Marne. Vooral in De Marne hebben Cottage Industries een belangrijk aandeel in de totale werkgelegenheid en in beide gemeenten is de werkgelegenheid onder Cottage Industries veel harder gegroeid dan de totale werkgelegenheid. Hiernaast is de betrokkenheid bij de lokale gemeenschap groot. Dit komt de leefbaarheid ten goede en houdt de gemeenschap ondernemend. Het is daarom belangrijk om de huidige Cottage Industries te ondersteunen in de bedrijfsvoering en de aanwas van nieuwe Cottage Industries te stimuleren. Een eerste vraag die dan dient te worden gesteld is in welke mate de ondernemers ondersteuning wensen?

#### **3.1.1 Behoeftes aan ondersteuning huidige groep Cottage Industries**

In het vorige hoofdstuk werd duidelijk dat Cottage Industries momenteel nauwelijks samenwerken met de gemeente en Kamer van Koophandel (9.4% van de ondernemers). Bovendien is een 2/3<sup>e</sup> meerderheid tevreden over het huidige ondernemersklimaat in de desbetreffende gemeente.<sup>8</sup> Hieruit kan echter niet zonder meer geconcludeerd worden dat Cottage Industries de gemeente en/of de Kamer van Koophandel niet nodig hebben of het niet als een positieve ontwikkeling zouden zien wanneer er meer samenwerking zou komen. 48% van de ondernemers geeft aan dat de gemeente en/of Kamer van Koophandel het bedrijf kan faciliteren en ondersteunen om de ambities van het bedrijf te verwezenlijken. Wat duidelijk naar voren komt is dat de grootste rol wordt toegedicht aan de gemeente. Daar hebben de ondernemers meer mee te maken dan de Kamer van Koophandel en zij worden gezien als de belangrijkste partij die de geschikte randvoorwaarden kunnen creëren voor Cottage Industries.

Opvallend is dat op het vlak van de behoefte aan ondersteuning duidelijk een verschil bestaat tussen ondernemers met groeiambities en ondernemers zonder groeiambities. Van de groep ondernemers met groeiambities gaf ongeveer twee derde aan behoefte te hebben aan

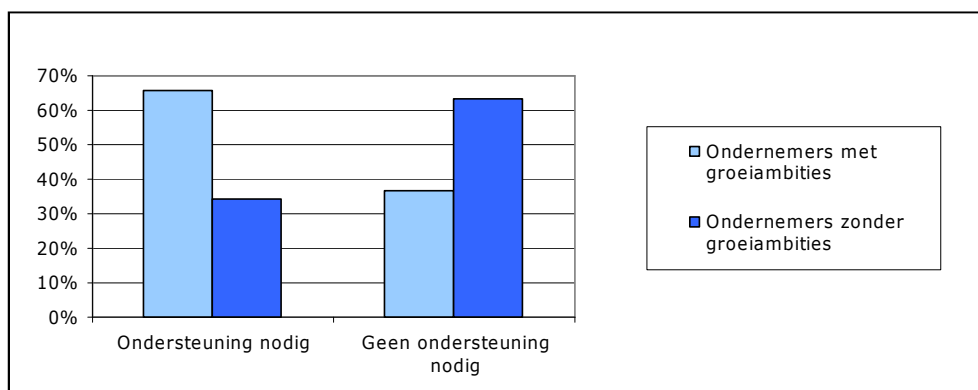
---

<sup>8</sup> Er zijn geen significante verschillen in waardering van het ondernemersklimaat in Dongeradeel en De Marne.



ondersteuning. Bij ondernemers zonder groeiambities ligt dit precies andersom (figuur 3.1). Dit is een positief gegeven, want dat betekent dat ondersteuning niet alleen gericht zal zijn op behoud, maar vooral ook op groei van de Cottage Industries en daarmee een toename van de vitaliteit van de lokale economie.

**Figuur 3.1: Gewenste ondersteuning t.o.v. groeiambitie**



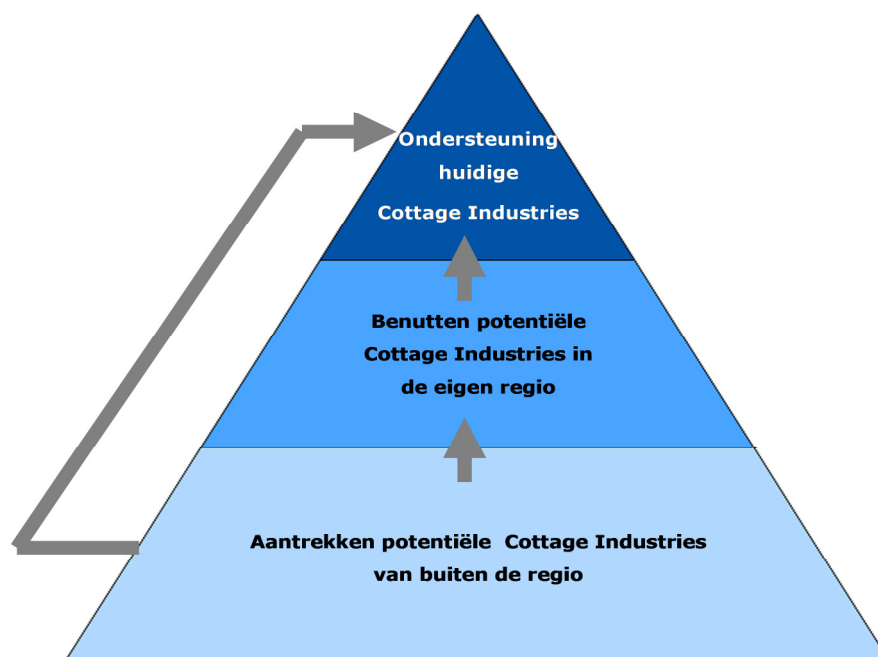
### **3.1.2 Stimuleren nieuwe Cottage Industries**

Naast het ondersteunen van de huidige Cottage Industries, is het vanwege de sociaal-economische betekenis van Cottage Industries waardevol om de aanwas van nieuwe Cottage Industries actief te stimuleren. Deels gebeurt dit al door goede randvoorwaarden te scheppen voor de huidige Cottage Industries, deels vergt dit extra inspanningen vooral op het gebied van informatievoorziening en marketing. Het stimuleren van nieuwe Cottage Industries kan via twee paden. Enerzijds kan dit door potentiële Cottage Industries die reeds in Dongeradeel en De Marne zijn gevestigd te benutten, anderzijds door het aantrekken van potentiële Cottage Industries van buiten de regio.

### **3.1.3 Ondersteuning op drie niveaus**

Stimulering van Cottage Industries dient zich te richten op zowel kwaliteit (ondersteuning van reeds aanwezige Cottage Industries in de bedrijfsvoering) als kwantiteit (groei in het aantal Cottage Industries). Waarbij inzet op kwaliteit een belangrijke randvoorwaarde is om een groei in het aantal Cottage Industries te kunnen bewerkstelligen. Stimulering van Cottage Industries vraagt een inspanning op drie verschillende niveaus (figuur 3.2).

**Figuur 3.2: Ondersteuningsmodel Cottage Industries**



Cottage Industries zijn onder te verdelen in verschillende lagen in een piramidevorm die elkaar onderling beïnvloeden:

- De bovenste laag bestaat uit de huidige Cottage Industries in Dongeradeel en De Marne. De ondersteuning van deze groep is gericht op maatregelen die de bedrijfsvoering van deze ondernemers versterken. Hierin is onderscheid te maken tussen generieke maatregelen en specifieke maatregelen.
- De middelste laag bestaat uit inwoners binnen de regio die aan de kenmerken van Cottage Industries voldoen, maar geen Cottage Industries zijn. Deze groep kan door specifieke ondersteuning en informatie over de streep getrokken worden om een onderneming te starten.
- De onderste laag zijn inwoners buiten de regio die aan de kenmerken van Cottage Industries voldoen. Door externe marketing wordt gepoogd nieuwe inwoners aan te trekken. Het kan gaan om ondernemers die al een bedrijf hebben, maar ook om inwoners die zich in eerste instantie in Dongeradeel of De Marne vestigen en pas later een onderneming starten.

In de volgende paragrafen zullen per niveau onderwerpen worden besproken waarop stimulering plaats kan vinden en gewenst is. Deze onderwerpen zijn naar boven gekomen uit de enquête, gesprekken met de projectgroep en de gehouden interviews. Ze zijn verder uitgediept en

bediscussieerd tijdens de, in het kader van het onderzoek gehouden, brainstormbijeenkomst.

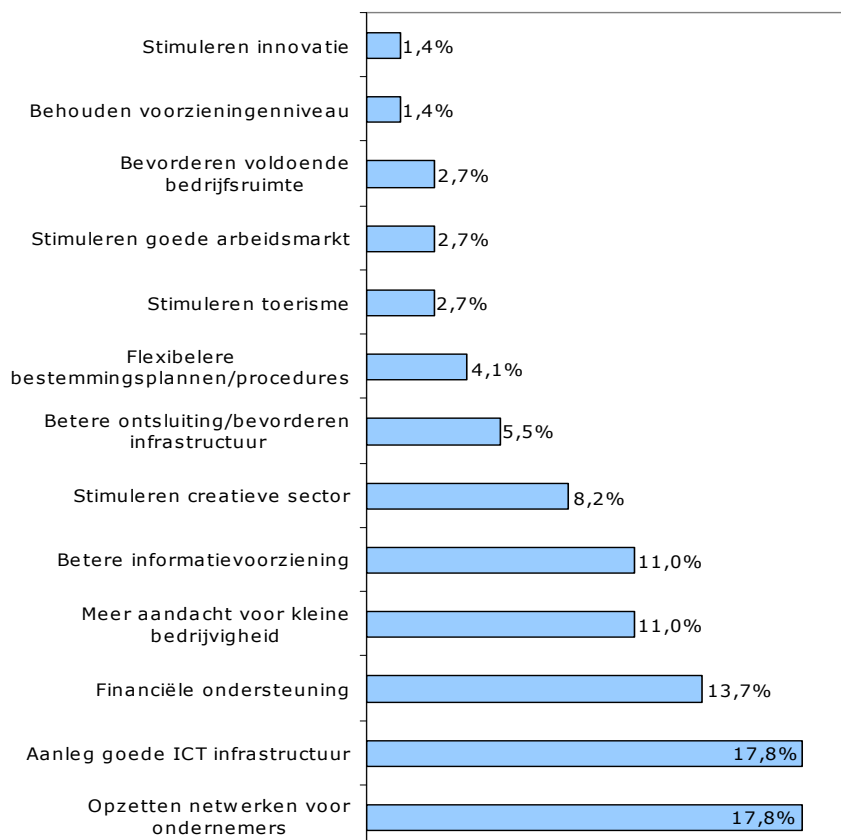
## 3.2 Ondersteuning huidige Cottage Industries

De grootste inspanning om Cottage Industries te stimuleren ligt in de ondersteuning van de huidige Cottage Industries. Niet alleen omdat het deze ondernemers zijn die een bijdrage leveren aan de economie en leefbaarheid van Dongeradeel en De Marne, maar ook omdat de randvoorwaarden die voor deze groep gecreëerd worden ook van belang zijn voor het succesvol benutten en aantrekken van potentiële Cottage Industries.

### 3.2.1 Gewenste type ondersteuning

Bijna de helft van de huidige Cottage Industries gaf aan behoefte te hebben aan ondersteuning vanuit de gemeente of Kamer van Koophandel. Aan deze groep is doorgevraagd naar de wijze waarop de gemeente of Kamer van Koophandel de ondernemer kan ondersteunen. Figuur 3.3 geeft een overzicht van de acties die door de gemeente (of Kamer van Koophandel) kunnen worden uitgevoerd om betere randvoorwaarden te scheppen voor Cottage Industries.

**Figuur 3.3: Genoemde interventiemogelijkheden en hoeveel keer genoemd**



### ***Bedrijfsopvolging***

Wat opvalt in figuur 3.3 is dat bedrijfsopvolging onder de huidige Cottage Industries geen enkele keer genoemd is als interventiemogelijkheid. De ondernemers zijn vooral gefocust op het heden en in mindere mate op de toekomst. Bovendien bevinden zich onder de Cottage Industries veel ZZP'ers. Deze ondernemers zijn vaak het bedrijf. De ondernemer heeft de klantenkring, de kennis e.d. Hierdoor is het vrijwel onmogelijk voor anderen om dergelijke bedrijven over te nemen. Uit dit gegeven blijkt nogmaals dat stimulering van Cottage Industries zich niet alleen moet richten op de bestaande groep, maar ook op de groei van het aantal Cottage Industries van onderaf.

### ***Versterking vestigingsklimaat en stimulering individuele ondernemers***

Er zijn twee typen ondersteuning te onderscheiden die bijdragen aan een versterking van het ondernemersklimaat voor Cottage Industries. Generieke ondersteuning richt zich op versterking van het vestigingsklimaat als randvoorwaarde voor economische groei. Ondersteuning van ondernemers richt zich op het verbeteren van het ondernemerschap en innovatiekracht. Ofwel ondersteuning kan voor de voordeur van de ondernemer plaatsvinden en achter de voordeur. Uit figuur 3.3 blijkt dat Cottage Industries in Dongeradeel en De Marne vooral behoefte hebben aan generieke ondersteuning van het vestigingsklimaat zoals het opzetten van ondernemersnetwerken, de aanleg van goede ICT infrastructuur en flexibel beleid t.a.v. bestemmingsplannen en vrijkomend vastgoed. Ondersteuning gericht op het versterken van ondernemerschap is minder vaak genoemd. Echter dit type ondersteuning wordt minder snel naar andere partijen toe uitgesproken.

#### ***3.2.2 Ondernemersnetwerken***

De ondernemers die samenwerken met andere partijen doen dit in hoofdzaak met andere ondernemers. Ondernemersnetwerken kunnen de samenwerking tussen ondernemers versterken en stimuleren. Daarbij is het opzetten van netwerken voor ondernemers één van de interventiemogelijkheden die het vaakst is genoemd. Momenteel werkt het merendeel van de ondernemers nog separaat en opereren zij niet vanuit netwerken.

Tijdens de brainstormbijeenkomst waren de aanwezige ondernemers in eerste instantie nogal terughoudend tegenover het idee van het opzetten en samenwerken binnen ondernemersnetwerken. Vanuit

bedrijfseconomisch oogpunt zag men niet direct de meerwaarde van dergelijke netwerken. De voor de ondernemers relevante zakelijke contacten bevinden zich namelijk overwegend buiten de eigen regio. Deze houding is illustratief voor het feit dat uit de enquête bleek dat het merendeel van de Cottage Industries (56%) niet samen werkt met andere partijen in de regio en/of de gemeente. Het is tevens voornamelijk deze groep bedrijven die aangeven dat ze geen ondersteuning van de gemeente of Kamer van Koophandel nodig hebben.

Hoewel het bedrijfseconomisch belang wellicht niet direct duidelijk is, kunnen netwerken wel degelijk nuttig zijn voor ondernemers. Zo was ook de conclusie van de brainstorm uiteindelijk. Netwerken creëren onderlinge verbondenheid en kunnen indirect wel economisch rendement opleveren, doordat ondernemers van elkaar weten waar ze mee bezig zijn en producten/diensten kunnen opzetten die elkaar aanvullen in plaats van beconcurreren. In de toeristische sector kan dit bijvoorbeeld van grote waarde zijn. In bredere zin dragen netwerken er verder aan bij dat ondernemers van elkaars ervaringen en kennis kunnen profiteren.

Netwerken zijn er in verschillende vormen. Grofweg kan men drie typen onderscheiden:

- netwerken rond een thema (bijv. zorg voor ouderen)
- netwerken op basis van sectoren en branches (bijv. kunstenaars)
- brede netwerken waarbinnen het ondernemerschap en de regio de gemeenschappelijke deler is (bijv. traditionele ondernemersverenigingen)

Voor een combinatie van de eerste twee vormen is tijdens het onderzoek veel animo gebleken. Het idee is geopperd om een netwerk op te starten dat over de gemeentegrenzen heen wordt getrokken. Dongeradeel en De Marne hebben veel overeenkomende karakteristieken en liggen beide om het Lauwersmeergebied en nabij de Waddeneilanden. Bovendien hebben de ondernemers veel overeenkomsten (veel creatieve industrie en een belangrijke rol voor het toerisme). De creatieve sector wil hier dan ook wel het voortouw in nemen. Het is daarom wel belangrijk dat het ondernemersnetwerk zich op een bepaald type ondernemer gaan toespitsen. Bijvoorbeeld de creatieve sector en het toerisme, zodat het niet een ondernemersvereniging zoals de velen is.

Specifiek gaven kunstenaars aan dat ze graag intensiever zouden samenwerken met andere kunstenaars. In De Marne is er al een netwerk van kunstenaars; Route 99. Meer van dergelijke initiatieven worden als nuttig gezien voor het ondernemersklimaat in de regio.

De derde groep netwerken ziet men veel in oude vorm in verenigingsverband, maar tegenwoordig ook steeds meer in de lossere vorm van open coffee clubs, georganiseerde vrijdagmiddagborrels en ondernemerslunches. Dit is een vorm die goed past bij de situatie van de Cottage Industries, waarbij er niet een duidelijk bedrijfsmatige economische relatie bestaat, maar het wel meerwaarde kan hebben om elkaar te kennen en kennis uit te wisselen.

Het organiseren van deze netwerken kan bij de overheid of intermediaire organisaties worden belegd. Een rol die ook bij de gemeente kan worden belegd is het creëren van een goede infrastructuur van ontmoetingsplaatsen. Er moeten plaatsen zijn waar ondernemers elkaar kunnen treffen. Dit kunnen commerciële bedrijven zijn in de horeca die op deze wijze door de overheid worden ondersteund. Er kunnen ook virtuele ontmoetingsplaatsen op worden gezet in de vorm van een webportal of een digitale koffiecorner (idee dat tijdens het onderzoek naar voren is gekomen). Mooie moderne oplossingen, maar fysieke ontmoetingsplaatsen blijven minstens zo belangrijk. Netwerken zijn gebaseerd op vertrouwen en daarvoor is fysieke ontmoeting een belangrijke factor. Tevens brengt het ondersteunen van ontmoetingsplaatsen een win-win situatie met zich mee, doordat deze locaties ook voor ander activiteiten kunnen worden gebruikt en onderdeel uit kunnen maken van het toeristisch product.

Tot slot is het de vraag of er veel nieuwe netwerken opgericht moeten worden. Er is al een veelheid aan netwerken en voorzieningen in de netwerksfeer voor ondernemers voorhanden. Het probleem is dat veel ondernemers hier niet van op de hoogte zijn. Het beter op de kaart zetten en nieuwe leven inblazen van bestaande netwerken is daarom een goede eerste stap.

### **3.2.3 ICT-infrastructuur**

De interventiemogelijkheid die naast het opzetten van ondernemers netwerken het meest genoemd is, is de aanleg van goede ICT voorzieningen (glasvezel) in het gebied. Hoewel deze interventie het vaakst is genoemd, is het merendeel van de ondernemers tevreden over de huidige internetverbinding. Slechts een klein aantal ondernemers noemt het internet te traag.

Een grotere groep ondernemers maakt zich zorgen over de toekomstige internetverbinding. Bijna 30% van alle ondernemers denkt dat de internetverbinding in de toekomst niet meer voldoende is en dat interventies hierdoor noodzakelijk zijn.

Hiernaast kan het ontbreken van goede ICT infrastructuur er voor zorgen dat bedrijven niet in de regio in zitten vanwege het ontbreken van voldoende internetcapaciteit. Verbetering van de ICT infrastructuur zal het vestigingsklimaat verbeteren en kan er voor zorgen dat het ontbreken van glasvezel geen issue is voor ondernemers die overwegen naar de regio te komen.

### ***Betere benutting bestaande infrastructuur***

De aanleg van glasvezel is niet iets wat van de ene op de andere dag uitgevoerd is. Het is dus zaak om tot die tijd de huidige ICT infrastructuur zo efficiënt mogelijk te benutten. In elke regio bevinden zich snelwegen, aftakkingen en knooppunten van ICT infrastructuur. Hierdoor kan de internetverbinding op bepaalde locaties beduidend sneller zijn dan op andere locaties binnen dezelfde regio. In de buurt van de ICT snelwegen en knooppunten (nodes) is de internetcapaciteit groter dan bij de aftakkingen. Bedrijven die behoefte hebben aan een snelle internetverbinding kunnen zich dus het beste in de buurt van digitale knooppunten en snelwegen vestigen.

In De Marne is door een ondernemer uitgezocht op welke locaties de internetverbinding het snelst is, door uit te zoeken waar de internetnodes liggen. Deze locaties zijn voor de gemeente in kaart gebracht. Deze kaart zou op de website van De Marne kunnen worden geplaatst, zodat toekomstige ondernemers die behoefte hebben aan goed internet kunnen zien waar zij het beste kunnen gaan zitten. Dergelijke initiatieven zouden in elke willekeurige regio kunnen worden uitgevoerd. Een goede kennis van, en informatievoorziening over de bestaande ICT infrastructuur kan op de korte termijn inspelen op de toenemende behoefte aan goede ICT verbindingen.

### ***Aanleg ICT met grotere breedbandcapaciteit***

Door een toenemend gebruik van internetcapaciteit, is er steeds meer vraag naar een grotere internetbandbreedte. Glasvezel is een nieuwe techniek waarbij licht door lange vezels wordt verstuurd en op deze manier signalen transporteert. Deze techniek zorgt ervoor dat de bandbreedte van internet enorm toeneemt en dat data over grote afstanden efficiënt kan worden getransporteerd. De ontwikkeling van

glasvezel wordt daarom meer en meer één van de belangrijkste vestigingsvoorwaarden voor bedrijven (bv. voor de gaming industrie). Glasvezel is momenteel nog een dure techniek die vooral in stedelijke en dichtbevolkte gebieden wordt aangelegd. Uiteindelijk zal de techniek steeds goedkoper worden en naar verwachting overal in Nederland worden aangelegd. Echter het kan nog vele jaren duren voordat overal in Nederland glasvezel is aangelegd. Dongeradeel en De Marne zijn dunbevolkte gemeenten met veel buitengebied. Hierdoor is er een lage aansluitingsdichtheid, wat voor de aanleg van een open ICT netwerk ongunstig is. Om in te spelen op de toenemende vraag van bedrijven naar internetcapaciteit en om de aanleg van glasvezel te versnellen is proactief beleid nodig.

### ***Initiatief moet komen vanuit de regio***

Een proactieve houding van de gemeente en haar inwoners is essentieel voor de uitrol van een open ICT netwerk waarbij zoveel mogelijk mensen (ook in de buitengebieden) toegang hebben tot een glasvezelverbinding. De gemeente kan hierin een belangrijke regierol op zich nemen door vraagbundeling. Hoe meer consumenten een glasvezelaansluiting nemen, des te rendabeler wordt de aanleg van glasvezel. Gemeenten kunnen actief in kaart brengen wie er geïnteresseerd zijn in een glasvezelaansluiting en waar deze consumenten zich bevinden. Afhankelijk van de vraag kunnen routes worden bepaald waar glasvezel zou moeten worden aangelegd en wat de meest rendabele intensiviteit van de infrastructuur is. Er bestaan namelijk diverse mogelijkheden om glasvezel uit te rollen (box). Door vraagbundeling kan de vraag zo optimaal mogelijk worden bediend tegen zo laag mogelijke kosten. Zo wordt de onrendabele top verkleind en wordt het voor marktpartijen interessanter om glasvezel aan te leggen.

Er zijn diverse manieren mogelijk om glasvezel aan te leggen. De kosten van de aanleg hangen af van de intensiteit van het glasvezelnetwerk. De duurste optie is **Fibre to the home (FTTH)**, hierbij wordt glasvezel tot aan de meterkast aangelegd. Andere (goedkopere) opties zijn:

- **Fibre to the building (FTTB)**: Glasvezel naar het gebouw. Dit is een technische ruimte in een bedrijfspand.
- **Fibre to the curb (FTTC)**: Glasvezel naar de wijkverdeler, waar vandaan coaxverbindingen worden aangeboden.
- **Fibre to the node (FTTN)**: Glasvezel tussen grote centrales.



### **Kostenreductie**

Naast vraagbundeling kunnen de kosten voor de aanleg van glasvezel gereduceerd worden door eigen inspanningen van de gemeente en haar inwoners. De aanleg van glasvezel vergt veel grondwerkzaamheden wat hoge kosten met zich mee brengt. Deze kosten kunnen worden gereduceerd door hier proactief op in te spelen en bv. gedurende grondwerkzaamheden lege buizen in de grond leggen. Bovendien kunnen consumenten het laatste gedeelte naar de meterkast zelf graven. Met dergelijke acties worden de kosten aanzienlijk gedrukt en dit kan resulteren in een situatie waarin buitengebieden aanzienlijk beter ontsloten kunnen worden.

### **3.2.4 Bestemmingsplannen en vergunningverlening**

Een veel gehoord geluid binnen de krimpdiscussie is dat bestemmingsplannen te strak zouden zijn, waardoor er te weinig ruimte wordt geboden voor broodnodige en gewenste ontwikkelingen. Uit de enquête en de brainstormsessie kwam naar voren dat in de ogen van de ondernemers de bestemmingsplannen an sich niet het probleem zijn, maar de wijze waarop de gemeente met bestemmingsplannen omgaat. Momenteel hebben zowel de gemeente Dongeradeel als De Marne in de ogen van de ondernemers een nogal reactieve houding wanneer het gaat om een veranderende functie van een pand of bij het afgeven van een bouwvergunning.

#### ***Van reactief naar proactief***

De ondernemers zouden graag zien dat de gemeente een proactieve houding inneemt en meer ruimte biedt aan (creatieve) nieuwe ideeën. Momenteel worden veranderingen vaak als bedreigingen gezien en bij voorbaat afgeschoten of tegenwerkt. Vanuit de gedachte dat wetten en regels ook aan interpretatie onderhevig zijn, zouden bestemmingsplannen flexibeler moeten worden gehanteerd. Hoewel het bestemmingsplan het enige instrument is dat burgers rechtszekerheid biedt over de ontwikkeling van hun omgeving, blijkt de zekerheid van het bestemmingsplan in de praktijk echter vaak een rekbaar begrip en worden er vele wijzigingen op het plan gemaakt. Het enige waar de burger echt zeker van is, is dat er een procedure moet worden gevolgd om iets anders toe te staan. Deze procedures kosten zowel de overheid als ondernemers veel tijd en geld en blijken in veel gevallen een bron te zijn van wederzijdse irritaties. Het feit dat bestemmingsplanprocedures ondernemers veel geld kunnen kosten werd ook tijdens de brainstormbijeenkomst aangehaald. De gemeente vraagt ondernemers bijvoorbeeld op voorhand diverse onderzoeken uit te voeren (ruimtelijk

onderzoek, ecologisch onderzoek, archeologisch onderzoek e.d.) om een wijziging van bestemmingsplannen mogelijk te maken. Hierdoor kunnen de kosten voor het wijzigen van een bestemmingsplan onnodig hoog oplopen.

### ***Globaal bestemmen***

Een oplossing die zowel overheid als ondernemers tegemoet kan komen, is het gebruik maken van de mogelijkheid die de Wet Ruimtelijk Ordening biedt om globaal te bestemmen. In een globaal bestemmingsplan zijn bestemmingen minder gedetailleerd weergegeven, waardoor de uitvoering van het ruimtelijk beleid eenvoudiger en goedkoper wordt en procedures sneller kunnen verlopen<sup>9</sup>. Globaal bestemmen biedt ook ruimte om in te spelen op ontwikkelingen die vooraf niet waren voorzien, zonder dat hiervoor direct wijzigingsprocedures nodig zijn. Het biedt de overheid en het bedrijfsleven de ruimte om in samenspraak vanuit een visie en globale kaders tot een bestemming te komen. Een manier van werken die aansluit bij de wens van bestuurders en bevolking in zowel Dongeradeel en De Marne om meer samen te werken aan de ontwikkeling en het vitaal houden van de regio. In Dongeradeel wordt het bestemmingsplan momenteel herzien. Dit biedt een uitgelezen kans om de mogelijkheid tot globaal bestemmen aan te grijpen.

### ***Bestemmingsloze ruimte***

Een andere mogelijkheid om de regelgeving in de ruimtelijke ordening te veranderen is om bepaalde vrijstaten van bestemmingsplannen aan te wijzen binnen de gemeente. Op deze pilotlocaties zijn bv. creatievelingen vrij om de grond een kunstzinnige bestemming te geven. Het idee om meer ruimte in de gemeente vrij te geven voor kunst werd op de brainstormbijeenkomst enthousiast onthaald. Niet verrassend, want onder de Cottage Industries bevinden zich veel creatievelingen. Als delen van de regio 'vrijstaten' zouden kunnen worden voor kunst (een groot openluchtmuseum), dan zou dit een USP voor de gemeente kunnen worden en goed kunnen aansluiten bij het toeristische product.

Vrijstaten zijn een extreme vorm, maar er zijn allerhande gradaties in de flexibiliteit en ruimte die bestemmingsplannen bieden te bedenken. Een vorm uit het buitenland waar van kan worden geleerd zijn de zogenaamde '*Mischgebiete*' (mixgebieden) in Duitsland (zie kader).

---

<sup>9</sup> Ministerie van VROM (2010), *met globale bestemmingsplannen meer mogelijkheden*

### **Mischgebiete in Duitsland: regelarm bestemmen en handhaven**

In deze gebieden worden wonen en werken niet gescheiden. Er bestaan zo goed als geen regels, slechts een beperkt aantal voorschriften. Zo zijn veiligheidsvoorschriften belangrijk en de voorwaarde dat bedrijfsmatige activiteiten de woonfunctie niet verstoren. In Mischgebiete hebben de burgers niet meer de rechtszekerheid van een bestemmingsplan, maar kunnen ze overlast van een bedrijfsactiviteit wel melden. Hier wordt vervolgens op gehandhaafd. Deze vorm is goed toepasbaar voor Cottage Industries. Aangezien dit bijna alleen maar woon-werk combinaties betreft en over het algemeen geen activiteiten die het wonen van buurtgenoten verstoren. Het is bovendien een eenvoudige regeling, die een gebied toegankelijker kan maken voor Cottage Industries en minder capaciteit en inspanning vraagt van het ambtelijk apparaat. Dit kan daarom ook tot een kostenbesparing leiden. De Stuurgroep Experimenten Volkshuisvesting (SEV) is bezig een experiment op te zetten waarin op pilotlocaties door het hele land geëxperimenteerd wordt met flexibele bestemmingsplannen. Deze variant van de Mischgebiete kan hier onderdeel van uitmaken. Dongeradeel en De Marne zouden deel kunnen nemen aan dit experiment en/of kunnen leren van de resultaten uit het experiment.

### ***Functieverandering van agrarische bebouwing***

Een onderwerp dat in het kader van de bestemmingsplannen tot slot speciaal aandacht verdient, is functieverandering van agrarische bebouwing. Een kwart van de Cottage Industries is namelijk gevestigd in een agrarisch pand. Het is momenteel niet mogelijk de agrarische functie van een boerderij te behouden indien de boerderij niet meer als zodanig wordt gebruikt. Veel boeren zijn bang dat wanneer een boerderij leeg komt te staan, er niet-boeren in trekken die gaan klagen over agrarische activiteiten (bv. mestgeur). Wanneer de agrarische bestemming van boerderijen kan blijven bestaan, vermindert de argwaan van boeren tegen nieuwe bewoners. Het is wenselijk om wetgeving die dit mogelijk maakt in te voeren, zodat vrijkomende agrarische bebouwing zo optimaal mogelijk kan worden benut voor niet-agrarische activiteiten en waarbij zo weinig mogelijk weerstand ontstaat bij boeren.

### ***3.2.5 Bedrijfsruimte en vrijkomend vastgoed***

Cottage Industries zijn hoofdzakelijk woon-werk combinaties. Wanneer zij op zoek zijn naar een bedrijfspand betreft dit over het algemeen een zoektocht naar een woning, waar men bedrijf aan huis kan houden. Voor de bedrijfsvoering en de woon-werk combinatie kan een verbouwing van de woning of een bestemmingsplanwijziging noodzakelijk zijn. Dit onderwerp heeft daarom sterke raakvlakken met het hierboven beschreven onderwerp. Bedrijven hebben over het algemeen niet al te veel moeite met het vinden van een pand, maar wel met het aanpassen

van het pand aan hun wensen. Flexibelere bestemmingsplannen zouden er dus toe kunnen leiden dat ondernemers sneller tot hun ideale bedrijfsruimte kunnen komen en wellicht eerder geneigd zijn om vrijkomend vastgoed te gaan gebruiken.

In krimpgebieden heeft men te maken met veel vrijkomend vastgoed en ligt verpaupering op de loer. Het is daarom een kans voor de hele omgeving om flexibel met de bestemming van deze panden om te gaan en hergebruik in de vorm van woon-werk combinaties door Cottage Industries te stimuleren. Vrijkomende panden dienen dan ook niet uitsluitend te worden gezien als woonruimte, maar vooral ook als bedrijfsruimte. Deze panden maken net als bedrijventerreinen en kantoren deel uit van de vestigingslocaties voor ondernemers. Dit gegeven rechtvaardigt zowel vanuit het ruimtelijk, economisch en misschien zelfs het grondbeleid een actieve inzet van de gemeente op het behoud, onderhoud en de verkoop en verhuur van deze panden.

### ***Waardevolle panden***

Vrijkomende agrarische panden worden over het algemeen vrij snel weer verkocht. Dit ligt anders bij verouderde woningen of panden met een bijzondere functie in de kernen. Tussen deze panden bevinden zich regelmatig panden met een grote waarde voor het dorp, zoals een oude school, kerk of dorpscafé. Het is belangrijk om goed in beeld te brengen aan welke panden grote waarde wordt gehecht binnen de gemeenschap. In Kloosterburen heeft men bijvoorbeeld een masterplan opgesteld waarin staat beschreven welke panden belangrijk zijn voor het dorp. Een dergelijk project is ook aan de gang in Holwerd (Beschermd dorpsgezichten). Bij panden waar veel waarde aan wordt gehecht is het draagvlak groter om er een nieuwe functie aan te geven. Ook is het eenvoudiger om hiervoor aanvullende financiering in de vorm van subsidies te regelen. Op veel leegstaand vastgoed zit tevens een onrendabele top. Wanneer er belang wordt gehecht aan het pand zou deze top kunnen worden gesubsidieerd. Externe partijen als bijvoorbeeld Stichting DBF kunnen hier ook een belangrijke rol in vervullen.

Concluderend kan dus worden gesteld dat de beschikbaarheid van panden geen probleem is, maar dat de overheid een actieve rol kan spelen in het geschikt maken van panden voor woon-werk combinaties. Dit kan in de vorm van soepele regelgeving, herstructureren/opknappen van panden en financiële ondersteuning waar het voor de gemeenschap waardevolle panden betreft.

### **3.2.6 Communicatie**

Uit het onderzoek kwam een duidelijke behoefte aan betere informatievoorziening en meer aandacht voor kleinschalige bedrijvigheid naar voren. De ondernemers gaven aan dat de informatievoorziening vanuit de gemeente naar de ondernemers toe beter kan. Ondernemers weten niet precies wat de gemeente voor hen doet. Tevens geeft een aantal ondernemers aan dat ze best wel willen doorgroeien als bedrijf, maar graag informatie willen hebben van de gemeente over wat hier allemaal bij komt kijken.

Een betere informatievoorziening is een actiepoint waar mogelijk veel resultaat op geboekt kan worden. Er is reeds veel informatie voor handen maar deze weet de ondernemers blijkbaar nog niet altijd te bereiken. Dit is in lijn met de onbekendheid van ondernemers met ondernemersnetwerken die reeds is geconstateerd. Het probleem zit hem niet in de aanwezigheid van de informatie, maar in de wijze waarop deze wordt gecommuniceerd. Dit zou meer op een proactieve manier moeten gebeuren waarbij de ondernemer actief wordt opgezocht of uitgenodigd voor een bijeenkomst.

Zoals gezegd gaven de ondernemers ook aan dat er te weinig aandacht is voor kleine bedrijven. Concreet werd hierbij o.a. aangegeven dat:

- Ondernemers niet het gevoel hebben dat ze worden gesteund door de gemeente (zij krijgen nauwelijks opdrachten van de gemeenten en voelden zich zelfs nog al eens tegengewerkt);
- Ondernemers het idee hebben dat de gemeente niet weet wat er leeft bij de kleine ondernemers.

Het is zeer waarschijnlijk dat deze kritiekpunten door een betere proactieve informatievoorziening en intensievere communicatie tussen de overheid en individuele ondernemers voor het merendeel kunnen worden weggenomen.

### **3.2.7 Ondernemerscoaching**

Naast generieke maatregelen kunnen de gemeente en Kamer van Koophandel Cottage Industries ook ondersteunen door in te zetten op verbetering van de kwaliteit van ondernemerschap middels specifieke ondersteuning. Hoewel voor dit type ondersteuning alleen financiële ondersteuning vaak genoemd werd als interventiemogelijkheid, blijkt in de praktijk toch dat ondernemers vaak veel baat hebben bij ondernemerscoaches en advies over bijvoorbeeld export, innovatie of HRM.

### ***MKB Going***

Een voorbeeld van een dergelijke aanpak is het project MKB Going. Dit project is een samenwerking tussen bedrijfsleven, intermediaire organisaties en de Rijksuniversiteit Groningen met als doel het verbreden en versterken van het midden- en kleinbedrijf in Noord-Groningen. 95% van de bedrijven in deze regio heeft minder dan 10 werkzame personen en deze bedrijven hebben een belangrijk aandeel in de economie van Noord-Groningen.

Het merendeel van deze bedrijven zoekt nauwelijks contact met intermediaire organisaties of de overheid, maar blijkt desondanks veel baat te hebben bij specifieke ondersteuning. De belangrijkste les uit dit project is dat het loont om de ondernemer op te zoeken en niet te wachten tot de ondernemer zelf om hulp komt vragen. Het project MKB Going loopt nu in Noordoost-Groningen. Een dergelijke aanpak zou zich ook goed lenen voor Cottage Industries in Dongeradeel en De Marne.

## **3.3 Stimuleren 'nieuwe' Cottage Industries**

### ***3.3.1 Benutten potentiële Cottage Industries in de regio***

Om de aanwas van Cottage Industries actief te stimuleren is het belangrijk de potentie in de regio zo optimaal mogelijk te benutten. In zowel Dongeradeel als De Marne bevinden zich ondernemers die momenteel het merendeel van de omzet nog lokaal genereren, maar voornemens zijn om in de nabije toekomst meer dan de helft van de omzet bovenlokaal te genereren. Deze ondernemers kunnen met een soortgelijke aanpak als MKB Going worden ondersteund. Ook ondernemersnetwerken kunnen een belangrijke bijdrage leveren in het verwezenlijken van de ambitie van een ondernemer om de omzet voornamelijk bovenlokaal te gaan genereren.

Hiernaast is er een groep inwoners die momenteel geen ondernemer is, maar op basis van kenmerken van de huidige Cottage Industries als groep wel af te bakenen is. Uit hoofdstuk twee bleek dat Cottage Industries overwegend oudere personen zijn, die al eerdere werkervaring hebben. Bovendien is het merendeel hoogopgeleid en veelal buiten Noord-Nederland opgegroeid. Op basis van dit profiel kan getracht worden deze doelgroep d.m.v. het organiseren van oplooppjes, één op één gesprekken of informatieavonden te stimuleren om een eigen onderneming te starten. Dergelijke initiatieven kunnen ook worden ontplooid voor nieuwe bewoners uit andere regio's, bijvoorbeeld door halfjaarlijks een informatiebijeenkomst te organiseren. Gedurende

dergelijke bijeenkomsten worden nieuwe inwoners wegwijs gemaakt met de instanties waar ondernemers mee te maken krijgen en welke ondernemersnetwerken er bijvoorbeeld allemaal zijn.

### **3.3.2 Aantrekken potentiële Cottage Industries van buiten de regio**

Uit het vorige hoofdstuk bleek dat veel Cottage Industries in Dongeradeel en De Marne niet in de regio zijn opgegroeid. Bijna de helft is buiten Noord-Nederland opgegroeid en heeft zich op latere leeftijd in Dongeradeel of De Marne gevestigd. Het is dus zinvol om actief in te zetten op het aantrekken potentiële Cottage Industries uit andere regio's naar Dongeradeel en De Marne. Het aantrekken van potentiële Cottage Industries van buiten de regio vraagt een andere inspanning dan het benutten van potentiële Cottage Industries die al in de regio zijn gevestigd. Hoewel het om dezelfde doelgroep gaat, is er één groot verschil tussen Cottage Industries in en buiten de regio. De groep in de regio is traceerbaar en benaderbaar omdat ze al in de gemeente zitten. De groep buiten de regio is onbekend omdat dit een veel grotere groep is. Om deze groep te bereiken zal er vooral een marketinginspanning moeten worden geleverd, terwijl inspanningen gericht op potentiële Cottage Industries in de regio vooral bestaat uit informatievoorziening en ondersteuning.

#### **Marketing**

In het onderzoek is veel informatie ingewonnen bij ondernemers die reeds in de regio zitten. Het verdient aanbeveling ook de pijlen middels marketing te richten op ondernemers buiten de regio die mogelijk verleid kunnen worden om naar de regio te komen. Van de huidige Cottage Industries komt ongeveer de helft van buiten Noord-Nederland en op basis van dat gegeven kan men vertrouwen hebben dat het haalbaar is om een aanzienlijk deel van de toekomstige groei van het aantal Cottage Industrie te laten ontstaan door actief ondernemers van buiten Noord-Nederland te werven. Het feit dat het grootste deel van de ondernemers die opgegroeid zijn buiten Noord-Nederland hoger opgeleid zijn is reden te meer om te proberen deze groep aan te trekken naar krimpregio's die te maken hebben met een braindrain. Zo kan een braingain worden bewerkstelligd.

#### **4 B's**

Volgens hoogleraar regiomarketing Gert-jan Hosper dient een goede regiomarketingcampagne de zogenaamde 4 B's aan te spreken:

- **Bewoners**
- **Bedrijven**

- **Bollebozen**
- **Bezoekers**

In het licht van deze theorie zijn Cottage Industries een prachtig 'product' om in te zetten binnen een regiomarketing campagne. De ondernemers van buiten de regio zijn over het algemeen namelijk zowel bewoner, bedrijf en bolleboos. Daarnaast vindt de eerste kennismaking met een gebied vaak plaats als bezoeker.

Er zijn diverse manieren waarop de doelgroep kan worden verleid om naar de regio te komen. In Drenthe heeft men ervaring opgedaan met een campagne waarin mensen een weekend konden komen proefwonen, proefleven en proefondernemen. Dit zou ook een goed format voor andere regio's kunnen zijn.

Wanneer men zich richt op ondernemers met roots buiten Noord-Nederland, dan zou de focus moeten liggen op de landschappelijke kwaliteiten van de omgeving en de mogelijkheid om wonen en werken te combineren in een omgeving van rust en ruimte. Uit de enquête kwam namelijk, zoals in hoofdstuk 2 reeds beschreven, naar voren dat dit de belangrijkste vestigingsplaatsfactoren zijn voor de groep ondernemers die elders is opgegroeid. Bijkomend voordeel is dat de fysieke kwaliteiten van de omgeving ook in een toeristische campagne een prominente rol kunnen spelen.

In de marketing kan men lokale ondernemers die eerder de stap naar ondernemerschap hebben genomen als ambassadeur gebruiken. Deze mensen kunnen in promotie-uitingen worden gebruikt, maar kunnen ook worden ingeschakeld om via hun eigen netwerk en bijvoorbeeld een social-media campagne collega ondernemers te bereiken. Zo kan focus worden ontwikkeld aangezien de potentiële groep Cottage Industries erg groot is.

Een tweede manier om focus te ontwikkelen is het richten van de campagne op een specifieke doelgroep. We hebben gezien dat er een groot aandeel creatieve klasse is onder de Cottage Industries. Er zou specifiek op deze groep kunnen worden ingezet.

Tot slot kan men focus aanbrengen door zich te richten op ondernemers met roots in de regio. Deze groep is naar verwachting eenvoudiger aan te spreken, doordat men al bekend is met de omgeving en meer verbonden is met de regio door bijvoorbeeld alumni-netwerken en familierelaties.



## 4 Conclusies en aanbevelingen

### 4.1 Waarom en hoe ondersteun je Cottage Industries?

In deze paragraaf zetten we de belangrijkste conclusies van het onderzoek met betrekking tot de sociaal-economische betekenis van Cottage Industries en de mogelijkheden voor ondersteuning en stimulering nog eens op een rijtje. In de volgende paragrafen gaan we vervolgens in op concrete aanknopingspunten voor vervolgacties in Dongeradeel en De Marne en aanbevelingen en lessen voor andere regio's.

#### 4.1.1 Sociaal-economische betekenis

##### **Waarom zou je Cottage Industries ondersteunen?**

- In De Marne zijn 20% van alle vestigingen Cottage Industries, voor Dongeradeel ligt dit percentage op ruim 9%. Wanneer Dokkum buiten beschouwing wordt gelaten ligt dit percentage nog veel hoger.
- 8% van alle werkgelegenheid in De Marne wordt door Cottage Industries gecreëerd.
- De werkgelegenheid onder Cottage Industries is t.o.v. 2000 in beide gemeenten met meer dan 30% gestegen. De totale werkgelegenheid groeide in beide gemeenten met slechts 4%.
- In de Marne zijn Cottage Industries verantwoordelijk voor bijna de helft van de werkgelegenheidsgroei, in Dongeradeel is dit 13%.
- Het aantal vestigingen is zelfs met 68% gestegen.
- Ruim de helft van de Cottage Industries heeft groeiambities.
- 93% van de ondernemers met groeiambities denkt dit op het platteland te kunnen verwezenlijken.
- Tweederde van de ondernemers met groeiambities acht ondersteuning vanuit de gemeente en KvK wenselijk.
- Ruim tweederde van de geënquêteerde ondernemers is actief in de lokale gemeenschap.
- Onder Cottage Industries is een sterke vertegenwoordiging van de creatieve klasse; die kunnen dienen als drijvende kracht voor een leefbare gemeenschap.
- Ruim driekwart van de ondernemers is buiten Dongeradeel of De Marne opgegroeid.
- Er bestaat een positieve correlatie tussen het opleidingsniveau en waar men vandaan komt. Hoe hoger het opleidingsniveau des te

vaker komt de persoon niet uit Noord-Nederland. Er valt dus een braingain te realiseren.

#### **4.1.2 Mogelijkheden voor ondersteuning/interventiemogelijkheden**

Men kan zich afvragen of de uitkomsten van het onderzoek een specifieke aanpak gericht op Cottage Industries verantwoorden. Veel kenmerken van Cottage Industries gelden namelijk meer in zijn algemeenheid ook voor kleinschalige bedrijvigheid en de meeste maatregelen zijn ook relevant voor het gros van het MKB. Er is een drietal redenen waarom men wel voor een specifieke aanpak zou moeten kiezen:

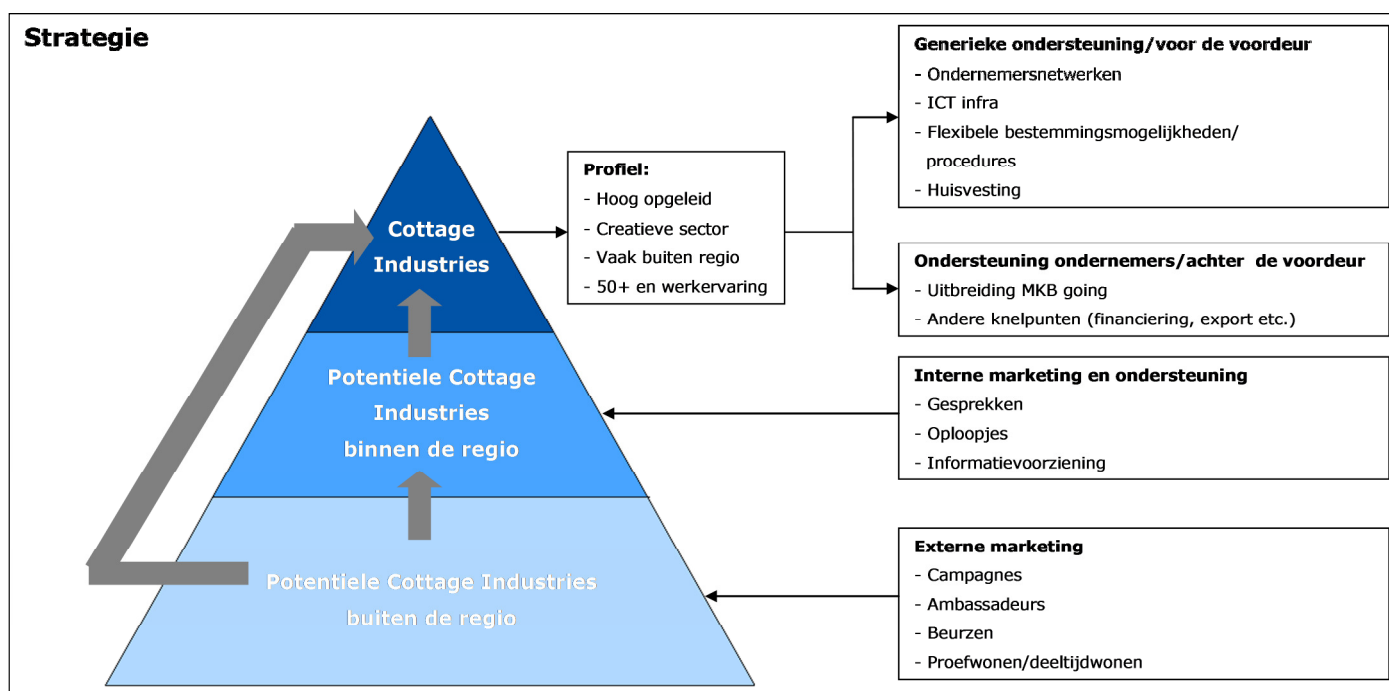
- Draai het om. Je kijkt juist naar Cottage Industries, omdat deze groep meerwaarde kan bieden. Het betreft relatief veel hoogopgeleiden, veel creatievelingen en nieuw elan van buiten de regio. Men is actief betrokken en last but not least krimpresistent.
- Focus is van belang, juist omdat persoonlijke benadering zo belangrijk is. Een groep van 200 ondernemers is eenvoudiger persoonlijk te benaderen dan bijvoorbeeld 800 ondernemers.
- Binnen de groep Cottage Industries vindt relatief de grootste werkgelegenheidsgroei plaats. Een speciaal kenmerk is echter dat het veel ZZP'ers betreft. Hierdoor zal van bedrijfsopvolging vaak geen sprake zijn en zal er (ook gelet op de hoge gemiddelde leeftijd van de ondernemers) een relatief hoge doorstroom van bedrijven zijn. Dit vraagt voor vergroting van de groep om een extra inzet op het aantrekken van nieuwe bedrijven.

#### **Hoe kun je Cottage Industries ondersteunen?**

Ondersteuning heeft een tweeledige doelstelling. Enerzijds het ondersteunen van de huidige Cottage Industries in het streven om ambities te bereiken. Anderzijds het stimuleren van 'nieuwe' Cottage Industries door het potentieel in de regio beter te benutten of door het aantrekken van deze groep van buiten de eigen regio. Stimulering vindt dus plaats op drie niveaus:

- ondersteuning huidige Cottage Industries;
- benutten potentiële Cottage Industries in de eigen regio;
- aantrekken potentiële Cottage Industries van buiten de regio.

De ondersteuning bestaat uit generieke versterking van het vestigingsklimaat en versterking van het ondernemerschap. Deze strategie is weergegeven in de onderstaande figuur.



## 4.2 Concrete aanknopingspunten in Dongeradeel en De Marne

Voor Dongeradeel en De Marne zou de strategie, zoals in de vorige paragraaf afgebeeld in het 'piramidemodel', kunnen worden omgezet in een uitvoeringsprogramma. In het uitvoeringsprogramma worden concrete doelen, uitvoeringsacties, tijdspaden en benodigde financiering benoemd. Het belang van Cottage Industries is aangetoond en de interventiemogelijkheden zijn verkend en benoemd. Deze interventiemogelijkheden lopen sterk uiteen en de acties liggen bij diverse organisaties die nog geen gezamenlijk doel hebben (gemeentes, KvK, Stichting DBF, makelaars, ondernemers etc.). Het is nu zaak om het gecreëerde draagvlak om te zetten in een integraal kader waarin acties benoemd zijn en diverse partijen verantwoordelijkheid nemen. De onderstaande aanknopingspunten kunnen het raamwerk en de eerste invulling van dit kader vormen.

### **Verbeteren van de ICT infrastructuur**

- o Dongeradeel en De Marne zouden dit gezamenlijk op kunnen pakken. Binnen beide gemeenten is kennis en expertise op dit vlak aanwezig, die aangewend kan worden. In Dongeradeel zit

Kabel Noord en in De Marne heeft Kars Jol van Corneliszoon al uitgebreid onderzoek verricht naar de mogelijkheden van de huidige ICT infrastructuur in De Marne.

#### ***Vereenvoudigen van vergunningstrajecten en bestemmingsplan-procedures***

- Inzetten op globale bestemmingsplannen.
- Deelnemen in het experiment van de SEV.

#### ***Ondernemerscoaching***

- Uitbreiden MKB-Going of een traject met vergelijkbare kenmerken opstarten.

#### ***Verbeteren communicatie naar de ondernemer***

- Een proactievere opstelling van de overheid naar ondernemers is gewenst. Dit is mogelijk te combineren met de organisatie van netwerkbijeenkomsten en uitbreiding/oprichting van een project vergelijkbaar met MKB Going.

#### ***Ondernemersnetwerken***

- Bestaande ondernemersnetwerken beter onder de aandacht brengen.
- Infrastructuur van ontmoetingsplaatsen verbeteren en bestaande ontmoetingsplaatsen ondersteunen.
- Opzetten van een gemeentegrensoverschrijdend ondernemersnetwerk. Creatievelingen kunnen hier in de lead zijn. Diverse personen waren tijdens de brainstorm reeds enthousiast.

#### ***Marketing***

- Uitzoeken hoe een campagne gericht op potentiële Cottage Industries opgezet zou kunnen worden met weinig middelen en met gebruikmaking van lokale ondernemers als ambassadeurs. In Dongeradeel kan dit wellicht vanuit de Dwaandecampagne voor Noordoost Fryslân gebeuren.

### **4.3 Conclusies en aanbevelingen voor andere regio's**

Niet alle bevindingen uit het onderzoek in Dongeradeel en De Marne zijn te kopiëren naar andere krimpregio's. Toch zijn er op basis van het onderzoek een aantal conclusies te trekken en aanbevelingen te doen die andere regio's ter harte kunnen nemen wanneer zij ook in willen

zetten op de stimulering van Cottage Industries. De volgende conclusies kunnen worden getrokken:

- Cottage Industries zijn zowel in economisch als sociaal opzicht van belang voor krimpregio's.
- Een belangrijk deel van de ondernemers kan hun roots buiten de regio hebben liggen.
- Cottage Industry ondernemers zijn over het algemeen hoogopgeleid, met name diegenen die van buiten de krimpregio naar het gebied zijn gekomen. Zij creëren hierdoor een 'braingain'.
- Onder de Cottage Industries is een hoge vertegenwoordiging van de creatieve klasse te verwachten.
- Een groot deel van de ondernemers heeft groeiambities. Deze ambities liggen meer op het vlak van omzetgroei, dan van werkgelegenheidsgroei.

De volgende 'tien geboden' kunnen worden gezien als aanbevelingen voor andere krimpregio's:

1. Hecht waarde aan Cottage Industries in zowel sociaal, economisch als ruimtelijk opzicht. Dit vraagt om een integrale benadering.
2. Creëer dusdanig veel ruimte in bestemmingsplannen dat voor de vestiging van Cottage Industries geen bestemmingswijziging nodig is en verbouwingen eenvoudig en snel te regelen zijn.
3. Maak een omslag in het denken van nee, tenzij naar ja, mits en in het handelen van reactief naar proactief en coöperatief.
4. Beschouw vrijkomende bebouwing niet alleen als woonruimte, maar ook als bedrijfsruimte en handel hiernaar door deze panden ook bij de afdeling economische zaken op de agenda te hebben als zijnde vestigingslocaties voor bedrijvigheid.
5. Realiseer een ICT infrastructuur die in de dorpen in ieder geval niet onder doet voor die in stedelijke gebieden. Hierbij is vraagbundeling en een proactieve houding van de overheid gecombineerd met de inzet van ondernemers vereist.
6. Wacht niet tot de ondernemer naar de overheid of intermediaire organisaties komt, maar ga de deur uit en zoek de ondernemer op om te vragen waar behoefte aan is en om ondersteuning te bieden.
7. Zorg dat bestaande netwerken en ondersteuningsfaciliteiten goed/beter bekend zijn bij de Cottage Industry ondernemers. Ook hier geldt: zoek de ondernemer op! Een telefoontje is zo

gemaakt, een afspraak zo gepland en een uitnodiging voor een bijeenkomst snel verzonden.

8. Zorg dat er een goede infrastructuur van ontmoetingsplaatsen aanwezig is, waar bewoners, ondernemers, overheid en intermediaire organisaties elkaar kunnen treffen. Houdt dit laagdrempelig: een dorpscafé, een koffieclub, een vrijdagmiddagborrel etc..
9. Draag uit dat wonen en ondernemen perfect te combineren zijn in de regio en gebruik hierbij lokale ondernemers als ambassadeur.
10. De beste reclame is de eigen ervaring: creëer faciliteiten waar men kan ervaren hoe het is om te wonen en te werken in de regio en nodig specifieke doelgroepen uit.

## Bijlagen

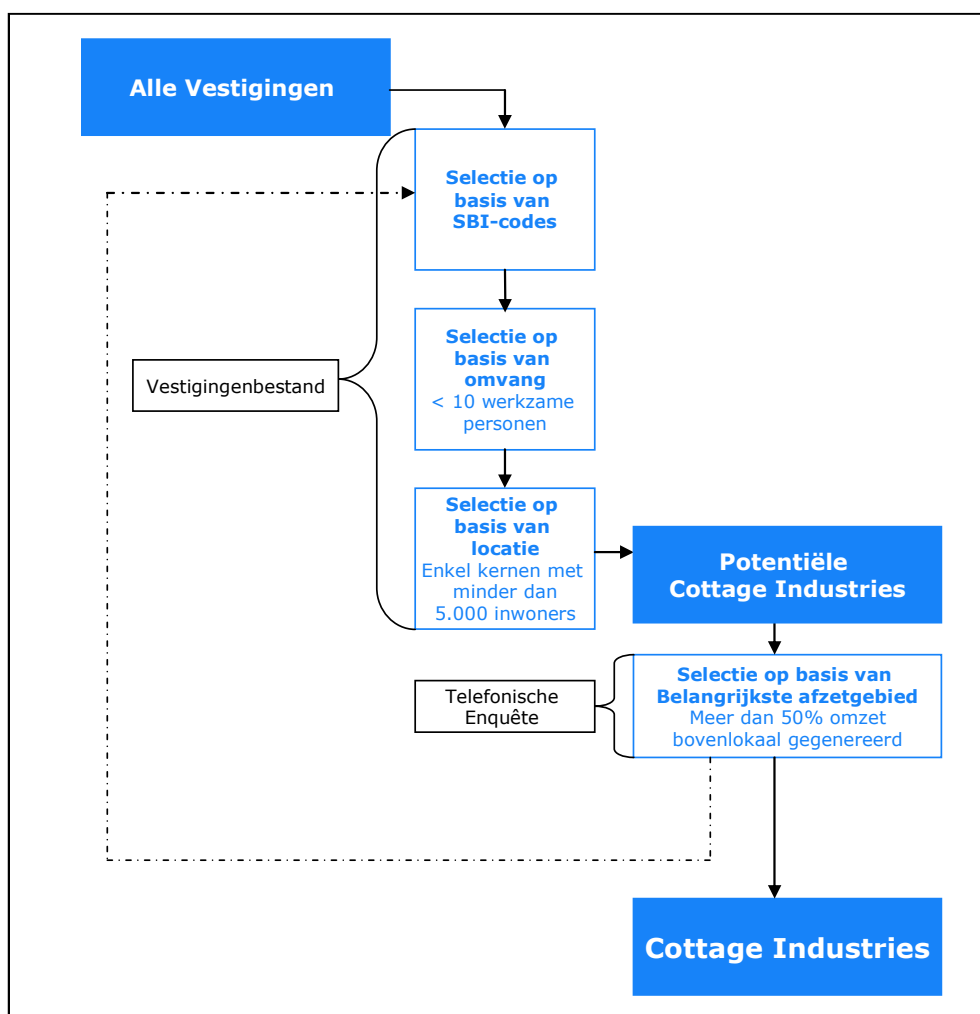
### Onderzoeksverantwoording

De resultaten van dit onderzoek zijn gebaseerd op meerdere databronnen. Allereerst zijn vestigingenbestanden van beide gemeenten aangevraagd bij de provincie Fryslân en Groningen met daarin alle vestigingen binnen de gemeenten waar betaalde arbeid wordt verricht. Om Cottage Industries uit deze vestigingen te kunnen filteren is vervolgens de term geoperationaliseerd:

*Cottage Industries zijn bedrijven met minder dan 10 werkzame personen, gesitueerd in kernen met minder dan 5.000 inwoners, die voor meer dan 50% van de omzet onafhankelijk zijn van de lokale afzetmarkt.*

Op basis van de operationalisering zijn criteria opgesteld om uit het vestigingenbestand bedrijven te selecteren die tot de potentiële Cottage Industries behoren (figuur A).

**Figuur A:** Selectiecriteria Cottage Industries



### **Enquête**

Op basis van deze selectiecriteria is een lijst samengesteld van potentiële Cottage Industries (198 in Dongeradeel en 215 in De Marne). Onder deze bedrijven is vervolgens een telefonische enquête gehouden, waaraan 94 ondernemers hebben deelgenomen. Van de respondenten die meededen aan de enquête bleek 84% tot de Cottage Industries te behoren. Door middel van extrapolatie is het totaal aantal Cottage Industries zodoende vastgesteld op 347 (166 in Dongeradeel en 181 in De Marne). Dit aantal is het maximale aantal Cottage Industries in beide gemeenten. Waarschijnlijk ligt het daadwerkelijke aantal Cottage Industries iets lager, doordat het percentage Cottage Industries onder de groep die niet geënquêteerd is, waarschijnlijk lager ligt dan 84%. De enquêtevragen staan op de volgende pagina.

### **Interviews**

Er zijn tevens 8 interviews gehouden met stakeholders die raakvlakken hebben met Cottage Industries en die een bijdrage kunnen leveren aan de verdere ontwikkeling van Cottage Industries. De lijst met geïnterviewde personen staat op pagina 52.

### **Brainstormbijeenkomst**

Tijdens het proces is er ook een brainstormbijeenkomst gehouden bij Wongema in Hornhuizen, waar met betrokken partijen (waaronder een grote groep ondernemers) is nagedacht over mogelijkheden om Cottage Industries te stimuleren. De lijst met deelnemers staat op pagina 52.



## Enquêtevragen

### Checkvragen:

Wat is het belangrijkste afzetgebied voor de producten en/of diensten van uw onderneming op dit moment?

- Lokaal (eigen gemeente + buurgemeenten): Meer dan 50% van de omzet wordt binnen de eigen gemeente en buurgemeenten gegenereerd.
- Bovenlokaal: Meer dan 50% van de omzet wordt buiten de eigen gemeente en buurgemeenten gegenereerd.

Verwacht u in de toekomst meer dan 50% van uw omzet bovenlokaal te genereren?

- Nee
- Ja
- Nog nooit over nagedacht, maar sluit ik niet uit

Indien vraag 1 met 'lokaal' is beantwoord en vraag 2 met 'nee', behoort de respondent niet tot de doelgroep.

### Inleidende vragen over de ondernemer:

1) Waar bent u opgegroeid?

- Regio
- Noord-Nederland
- Elders

2) Wat is uw leeftijd?

- Jonger dan 30
- 30-50
- 50+

3) Wat is uw opleidingsniveau?

- LBO (laag)
- MBO (middelbaar)
- HBO/WO (hoog)

### Inleidende vragen over het bedrijf:

4) Heeft u uw bedrijf zelf opgericht?

- Ja
- Nee, familiebedrijf
- Nee, overgenomen

5) Heeft u hiervoor nog elders in loondienst gewerkt?

- Nee
- Ja, 0-15 jaar
- Ja, meer dan 15 jaar

6) Bent u ZZP'er?

- Ja
- Nee

7) Hoeveel werkzame personen heeft uw bedrijf?

.....

8) Welke producten/diensten verkoopt het bedrijf?

.....

*(Indien het bedrijf producten verkoopt)*

9) Waar komen deze producten vandaan?

- Maken wij zelf
- Regio
- Nationaal
- Internationaal

10) Waar komen uw klanten voornamelijk vandaan?

- Regionaal
- Nationaal
- Internationaal

11) Via welk kanaal verkoopt u hoofdzakelijk uw producten en/of diensten?

- Face to face op het bedrijf
- Face to face op locatie/bij de klant
- Via telefoon en e-mail
- Via het internet (webshop)

12) Bent u voor uw bedrijfsvoering sterk afhankelijk van een snelle internetverbinding?

- Ja
- Nee

#### **Vragen over vestiging/locatiekeuze**

13) Wanneer heeft het bedrijf zich hier gevestigd?

.....

14) Waar zat uw bedrijf voordat het zich hier vestigde?

- Het bedrijf is hier begonnen
- Elders in de gemeente/buurgemeenten
- Elders in Noord-Nederland
- Buiten Noord-Nederland

15) Wat zijn de belangrijkste redenen voor u geweest om zich hier te gaan vestigen?

*(Meerdere antwoorden mogelijk)*

- Fysieke kwaliteiten leefomgeving
- Rust en ruimte/Weg uit de stad
- Kenmerken van woning/bedrijfspan
- Lage vastgoedprijzen
- Nabijheid familie/vrienden
- Sociale kwaliteiten leefomgeving
- Mogelijkheid om wonen/werken te combineren
- Anders.....

16) Was u bekend met de gemeente voordat u zich hier ging vestigen?

- Ja
- Nee

17) Waarvan kende u de gemeente?

- Familie/vrienden
- Vakantie/recreatie
- Anders .....

18) Wat zijn de belangrijkste redenen voor u geweest om zich hier te gaan vestigen?

*(Meerdere antwoorden mogelijk)*

- Fysieke kwaliteiten leefomgeving
- Rust en ruimte/weg uit de stad
- Kenmerken van woning/bedrijfspan
- Lage vastgoedprijzen
- Nabijheid familie/vrienden
- Sociale kwaliteiten leefomgeving
- Mogelijkheid om wonen/werken te combineren
- Anders.....

19) Is uw bedrijf gehuisvest in een voormalig agrarisch pand?

- Nee
- Ja

20) Woont u bij het bedrijf?

- Nee
- Ja

21) Waar woont u dan?

- In de gemeente
- In een buurgemeente
- Elders

22) Woont/werkt u nog op andere plekken?

- Nee
- Ja

23) Waar woont/werkt u nog meer?

.....

24) Heeft u ondersteuning gehad toen u zich hier wilde vestigen en op welke wijze:

.....

25) Welke interventiemogelijkheden op ruimtelijk beleid hebben volgens u de meest positieve invloed op de aantrekking en het behoud van Cottage Industries?

- Stimulering hergebruik vrijkomende panden
- Aanpassen planologische kaders
- Aanleg glasvezel
- Anders.....

### Vragen over de bedrijfsvoering

26) Werkt u samen met andere partijen in directe omgeving en wie zijn dit?

- Geen
- Voornamelijk met andere ondernemers
- Voornamelijk met intermediaire organisaties
- Voornamelijk met de gemeente

27) Is uw bedrijf actief in de lokale gemeenschap

- Nee
- Ja, financieel (als sponsor o.i.d.)
- Ja, anders .....

28) Heeft uw bedrijf de ambitie om in de toekomst verder door te groeien?

- Ja
- Nee

29) Op welke terreinen heeft uw bedrijf de ambitie om verder door te groeien?

- Omzet
- Aantal werkzame personen
- Export
- Innovatie
- Anders...

30) Op welke wijze kunnen overheden de bedrijfsvoering en ambities van Cottage Industries faciliteren

- Financiële ondersteuning
- Aanjagen netwerken
- Aanleg goede ICT infrastructuur
- Exportbevordering
- Innovatie

31) Denkt u dat het voor uw groeiambities noodzakelijk is om te verhuizen naar een ander pand?

- Nee
- Ja, maar dit kan op het platteland
- Ja, hiervoor moet het bedrijf verhuizen naar een stedelijk gebied

### ***Lijst met geïnterviewde personen***

Dhr. M. Cossen	Stichting DBF
Dhr. G. van Hesteren	Kabel Noord
Dhr. N. Geelhoed	Kabel Noord
Mevr. R. Sterkenburg	Sterkenburg Makelaardij
Dhr. E. Wong	Wongema
Dhr. P. ten Hoor	Open communicatie
Mevr. M van der Schaar	SEV
Dhr. R. van Gent	MKB-Noord
Dhr. A. Oosterhof	MKB-Noord
Dhr. J. Galema	LTO-Noord

### ***Deelnemers brainstormbijeenkomst***

Dhr. M. Cossen	Stichting DBF
Dhr. G. van Hesteren	Kabel Noord
Mevr. R. Sterkenburg	Sterkenburg Makelaardij
Dhr. S. Hartman	Rijksuniversiteit Groningen
Mevr. J. Davids	MKB Going
Dhr. E. Wong	Wongema
Mevr. A. Hilderink	Anne Hilderink beeldend kunstenaar
Dhr. K. Jol	Corneliszoon
Mevr. I. Fekken	Atelier Ina Fekken
Dhr. D. van den Brink	D.B. van den Brink
Mevr. A. Jansen	Anne wine
Dhr. S. Overdijk	Overdijk Bestemmingsplan- en Milieuvadvis
Mevr. K. Couwenberg	Karin Couwenbergh Architect
Dhr. Y. Maaskant	IJsbrand Maaskant Tuin Ontwerp & Advies
Dhr. P. Edens	Paul Dennis Edens Verbeeldende Zaken
Mevr. L. Durenkamp	Lisette Durenkamp
Mevr. S. Beukema	Das ja goud